

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Факультету управління персоналу, соціології та психології  
Кафедри педагогіки та психології**

**Освітньо-професійна програма «Економічна та соціальна психологія»**

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

спеціальність 053 Психологія

спеціалізація Економічна та соціальна психологія

Форма навчання: заочна

**КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

на тему:

**ХАРАКТЕРОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ФРУСТРОВАНОСТІ  
ПРАЦІВНИКІВ РЕКЛАМНИХ АГЕНСТВ.**

Здобувача Чайковської Юлії (по батькові) \_\_\_\_\_

(підпис)

Науковий керівник:

Доцент кафедри педагогіки та психології, к.п.н., доцент

\_\_\_\_\_ Борисенко Л.Л.  
(підпис)

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією  
з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувачка кафедри: \_\_\_\_\_  
(науковий ступінь, учене звання, ПІБ)

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Київ 2023**

## ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачці Чайковській Юлії Костянтинівні

заочної форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему:

**«Характерологічні чинники соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств»**

Тему затверджено наказом ректора Університету від «02» листопад 2022 р. № 1920-ст

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах вітчизняних та зарубіжних вчених, статистичних даних, а також Інтернет-джерелах з теми дослідження.

### План кваліфікаційної бакалаврської роботи

<b>Розділ 1</b>	Теоретичні основи проблеми соціальної фрустрованості особистості
<b>Розділ 2</b>	Емпіричне дослідження особливостей соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств та характерологічних чинників, що її зумовлюють
<b>Об'єкт дослідження:</b>	соціальна фрустрованість
<b>Предмет дослідження:</b>	характерологічні чинники соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств
<b>Мета бакалаврської дипломної роботи:</b>	здійснити теоретичний аналіз проблеми соціальної фрустрованості особистості та емпірично дослідити характерологічні чинники соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств

**Конкретні завдання, які студент повинен виконати для досягнення поставленої мети:**

<b>У розділі 1.</b>	Проаналізувати стан теоретичної розробки проблеми соціальної фрустрованості особистості в психологічній науці
<b>У розділі 2</b>	Емпірично дослідити особливості соціальної фрустрованості та характерологічні властивості працівників рекламних агенств визначити характерологічні чинники соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств

Завдання підготував  
науковий керівник

Лариса БОРИСЕНКО

---

(підпис)

---

(ім'я, прізвище)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023р.

**Завдання одержав студент**

---

(підпис)

---

**Юлія ЧАЙКОВСЬКА**

(ім'я, прізвище)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023р.

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 40 сторінок, 5 таблиць, 5 діаграм, список використаних джерел з 30 найменувань, додатки.

### **«Характерологічні чинники соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств»**

*Об'єктом дослідження є соціальна фрустрованість*

*Предмет дослідження – характерологічні чинники соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств*

*Мета роботи – здійснити теоретичний аналіз проблеми соціальної фрустрованості особистості та емпірично дослідити характерологічні чинники соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств*

Реалізація даної мети припускає вирішення наступних *задач*:

1. Проаналізувати стан теоретичної розробки проблеми соціальної фрустрованості особистості в психологічній науці.

2. Емпірично дослідити особливості соціальної фрустрованості та характерологічні властивості працівників рекламних агенств.

3. Визначити характерологічні чинники соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств.

4. Здійснити аналіз та інтерпретацію отриманих даних. Методи дослідження:

- теоретичні: аналіз, синтез, порівняння, систематизацію та узагальнення теоретичних даних;
- емпіричні методи: спостереження, бесіда, тестування.
- методи математичної статистики: метод кореляції за Пірсоном;

У ході емпіричного дослідження було використано такі методика:

1. Методика діагностики рівня соціальної фрустрованості Вассермана Бойка .

2. Методика Леонгарда-Шмішека діагностики типів акцентуації особистості.

3. Методика Дж. Роттера «Локус контролю».

4. Діагностика рівня особистісної готовності до ризику («PSK» Шуберта)

**Теоретична та практична значущість отриманих результатів.** В даному дослідженні є виявлення емпіричним шляхом взаємозв'язку між соціальною фрустрованістю та акцентуаціями особистості, локусом контролю та схильністю до ризику з точки зору їх впливу на емоційну сферу людини. Цей підхід має свої переваги та недоліки, але він надає можливості використовувати отримані результати з метою оптимізації емоційних станів особистості, зокрема працівників рекламних агенств особливо в умовах воєнного стану в Україні.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи 2022-2023.

Рік захисту роботи 2023.

Ключові слова: фрустрація, акцентуація характеру, емоційна сфера, характерологічні чинники, локус-контролю, соціальна фрустрованість.

## ЗМІСТ

ВСТУП	.....	3
РОЗДІЛ 1.	ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ФРУСТРОВАНОСТІ ОСОБИСТОСТІ.....	6
1.1.	Науково-теоретичні підходи до дослідження проблеми соціальної фрустрованості особистості в психологічній науці.....	6
1.2.	Характерологічні властивості працівників рекламних агентств, що зумовлюють їх соціальну фрустрованість.....	10
	Висновки до розділу 1 .....	17
РОЗДІЛ 2.	ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СОЦІАЛЬНОЇ ФРУСТРОВАНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ РЕКЛАМНИХ АГЕНСТВ ТА ХАРАКТЕРОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ, ЩО ЇЇ ЗУМОВЛЮЮТЬ .....	19
2.1.	Організація та методика проведення дослідження.....	19
2.2.	Аналіз та інтерпретація отриманих результатів.....	24
	Висновки до розділу 2.....	37
ВИСНОВКИ.....		39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....		41
ДОДАТКИ .....		45

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Проблема емоційного стану населення особливої актуальності набуває у періоди соціальних потрясінь, зокрема в умовах воєнного стану. Ця екстремальна ситуація може виступати як загроза і викликати стан фрустрованості особистості, під якою ми розуміємо індивідуально-особистісну форму прояву соціальної фрустрації, що виникає при блокуванні реалізації особистісно значущих потреб, мотивів і цінностей.

У психологічних дослідженнях встановлено особливості соціальної фрустрованості суб'єктів різної статі та статусу, а також її взаємопов'язаність із соціальною адаптацією, суб'єктивним благополуччям, цінностями особистості [14, с. 12].

Одним із наслідків соціальної напруженості є соціальна фрустрованість, під якою у найбільш загальному вигляді, дотримуючись підходу Д. Майерса, слід розуміти блокування цілеспрямованої поведінки. Сутність фрустрованості, її види, співвідношення із агресією та іншими психологічними феноменами розкрита в низці досліджень. Однак, соціальна фрустрованість працівників рекламних агенств та чинники, які впливають на її вираженість, раніше не виступали предметом спеціальних досліджень.

Одним із чинників, які можуть впливати на вираженість соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств, можуть виступати як зовнішні, так і внутрішні чинники, а саме – певні властивості особистості: акцентуації характеру, рівень суб'єктивного контролю, здатність приймати рішення в складних умовах і брати на себе ризики.

Професійна діяльність працівників рекламних агенств пов'язана з великими перевантаженнями та обсягами роботи, ненормованим робочим часом, що суттєво впливають на їх емоційний стан. Особливо при певних невдачах та невдоволенням замовників. Оскільки операційний процес з виготовлення рекламних продуктів відбувається з використанням ІТ-технологій, зростає навантаження на зоровий аналіз працівників, що пов'язаний з обробкою значних обсягів інформації. Під час роботи за комп'ютером маємо негативний вплив на

психічний стан, можуть з'являтися ознаки депресії та втоми. Також спостерігається погіршення якості сну, зниження працездатності та продуктивності. В умовах воєнного стану особливо негативно впливає на психофізіологічний стан працівників обмеження простору та зниження рухової активності, що спричиняє інформаційне перенасичення. Адаптаційні можливості людей в таких умовах знижуються. Крім того зростає психічне напруження пов'язане з швидкими темпами комунікацій з замовниками та клієнтами; наростають тривога, роздратування, агресія. Це все призводить до емоційного виснаження, сенсорної та особистісної депривації, незадоволенням умовами праці та оплатою праці, втратою надій на успіх. Все це призводить до виникнення стану емоційного вигорання та фрустрованості особистості, зокрема соціальної фрустрованості.

Проблема соціальної фрустрованості висвітлена в працях зарубіжних та українських вчених-психологів: Д. Майєрс, Джон Г. Тернер, Л. Карамушка. Ці обставини істотно актуалізують необхідність всебічного вивчення проблеми соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств в сучасних умовах.

**Об'єктом дослідження** є соціальна фрустрованість.

**Предметом дослідження** є характерологічні чинники соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств.

**Метою роботи** є здійснення теоретичного аналізу проблеми соціальної фрустрованості особистості та емпірично дослідити характерологічні чинники соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств

У зв'язку з визначеною метою передбачається вирішення наступних **завдань** дослідження:

1. Проаналізувати стан теоретичної розробки проблеми соціальної фрустрованості особистості в психологічній науці.
2. Емпірично дослідити особливості соціальної фрустрованості та характерологічні властивості працівників рекламних агенств.
3. Визначити характерологічні чинники соціальної фрустрованості працівників рекламних агенств.

4. Здійснити аналіз та інтерпретацію отриманих даних.

*Методи дослідження* включають:

– теоретичні: аналіз, синтез, порівняння, систематизацію та узагальнення теоретичних даних;

– емпіричні методи: спостереження, бесіда, тестування.

- методи математичної статистики: метод кореляції за Пірсоном

У ході емпіричного дослідження було використано такі методики:

1. Методика діагностики рівня соціальної фрустрованості Вассермана Бойка. [2].

2. Методика Леонгарда-Шмішека діагностики типів акцентуації особистості.[2].

3. Методика Дж. Роттера «Локус контролю». .[2].

4. Діагностика рівня особистісної готовності до ризику («PSK» Шуберта)[2].

Структура роботи: складається з вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. Випускню кваліфікаційну роботу представлено на 40 сторінках загального тексту. Перелік використаних джерел включає 30 джерела.

## **РОЗДІЛ 1.**

### **ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ФРУСТРОВАНОСТІ ОСОБИСТОСТІ**

#### **1.1. Науково-теоретичні підходи до дослідження проблеми соціальної фрустрованості особистості в психологічній науці**

Визначимо, що фрустрація описується як стан, який виникає, коли існує сильне бажання досягти мети або задовольнити потребу, але при цьому є перешкода, яка заважає досягненню цієї мети. Коли людина втрачає орієнтацію

на свою початкову мету, зазнаючи фрустрацію через зіткнення з перешкодою, це може призвести до кризової фрустраційної поведінки. [7, с. 92].

На поведінковому рівні фрустрація може виражатися в гнітючій напрузі, високій тривожності та переживанні індивідом почуття безвиході. Безпосередні психологічні наслідки фрустрації – збудження, фантазування, розпач. Реакцією у відповідь на фрустрацію може бути ескапізм, агресивна або деструктивна поведінка, алкоголізація, наркоманія та інші реакції.

Значним результатом фрустрації є так зване звуження свідомості, яке виражається у людини в тому, що практично вся його увага сконцентрована виключно на тій незадоволеній потребі, яка викликала стан фрустрації, крім того, саме сприйняття навколишньої дійсності суттєво змінюється. Вирішення цієї ситуації полягає на думку деяких учених у придушенні нездійснених надій.

Соціальна фрустрованість - це вид (форма) психічної напруги, обумовленої незадоволеністю досягненнями і становищем особистості в соціально заданих ієрархіях. Соціальна фрустрованість передає в собі емоційне ставлення людини до позицій, які зуміла зайняти вона на даний момент свого життя. Інтелект при цьому відбиває, із одного боку, те, що в принципі може бути досягнуто в тій чи іншій сфері, людина конкретно сама змогла досягти - зі сторони.

Фрустрованість це особистісна якість, яка може породжуватись попередніми обставинами життєдіяльності та заглиблюватися внаслідок дії зовнішніх стресогенних факторів.

Людина може попередити виникнення фрустрації. Основною умовою є спокійна і адекватна оцінка того, що відбувається, стримання емоцій, а іноді навмисна байдужість[5, с. 85].

Одним із факторів соціально-психологічної дезадаптації є фрустрація. Коли особистість зазнає постійних перешкод, які перешкоджають задоволенню її потреб і досягненню мети, це може призводити до фрустрації. Фрустрація впливає на психологічний стан особистості, зменшує її самооцінку, може викликати почуття безпорадності та незадоволеності. Ці емоції та стан фрустрації можуть ускладнювати процес адаптації до соціального середовища та

призводити до соціально-психологічної дезадаптації. Незважаючи на те, що на тему фрустрації опубліковано низку наукових праць, у цій проблемі ще багато невивченого: зокрема, недостатньо розроблено проблему діагностики професійних фрустрацій, не визначено шляхи та способи подолання фрустрованості, не запропоновано психологічних технологій корекції професійних фрустрацій [1, с. 54].

У стані фрустрації посилюється тривога, а також певною мірою змінюється поведінкова та психічна активність особистості. Поведінкова активність найчастіше спрямована не на зміну ситуації та пошук шляхів та засобів її вирішення, а на знешкодження фізіологічних симптомів фрустрованості та негативних емоцій, що її супроводжують.

Фрустрація не у всіх випадках веде до агресії, а лише створює умови для виникнення різних типів зв'язків, одним з яких є підбурювання до певних форм агресивності.

Засобами подолання фрустрованості, що свідчать про посилення психічної активності є актуалізація механізмів психологічного захисту особистості: переключення уваги інші об'єкти, ігнорування проблеми, витіснення негативних почуттів, уявне донесення претензій тому, хто образив тощо.

У такому разі фрустрація зберігається на глибинному рівні, перетворюючись на хронічну фрустрованість.

Фрустрованість як схильність до фрустрації, тобто стану пригніченості, розпачу з елементами тривоги, що розвивається внаслідок якихось життєвих невдач, неможливості досягнення поставленої мети чи труднощів пристосування до нового середовища з блокуванням цілеспрямованої поведінки [3, с. 12].

Інколи фрустратори створюють психічний стан зовнішнього або внутрішнього конфлікту. Фрустрація розрізняється не лише за своїм психологічним змістом або спрямованістю, але і за тривалістю. Психічні стани, що характеризують фрустрацію, можуть бути короткими спалахами агресії або депресії афектного типу, а можуть бути тривалими настроями, що в деяких випадках залишають помітний слід в особі людини [5, с. 178].

У психодіагностиці соціальна фрустрованість найчастіше сприймається як предиктор формування хронічного стресу, розвитку соціально-стресових розладів. Ця обставина визначає також актуальність вивчення цього психосоціального феномену для обґрунтування та кваліфікації критеріїв діагностики реальної чи потенційної стресогенності умов соціального функціонування, наприклад, у професійній діяльності. При аналізі механізмів патогенного впливу потенційно деструктивних соціально-середовищних факторів, наприклад, при дефіциті або виснаженні адаптивних ресурсів особистості, зростає потреба в комплексній та змістовній оцінці характеру суб'єктивного відображення соціально-фруструючої ситуації в самосвідомості особистості, що умовно належать до цієї категорії.

Тому проблему соціальної фрустрованості як наслідок блокування актуальних соціальних потреб особистості слід зарахувати до методологічно важливого принципу вивчення пов'язаного зі здоров'ям якості життя, особливо коли йдеться про механізми і способи подолання зі стресом поведінки індивіда в агресивних умовах зовнішнього середовища, в тому числі і у зв'язку з потенційною можливістю особистості протистояти впливу соціально-стигматизуючим явищам і самостигматизації.

Соціальна фрустрованість у психології відображає міру патогенності соціальних факторів– фрустраторів і тим самим уточнює критерії ризику порушень психічної адаптації. Оцінка параметрів соціальної фрустрованості у єдності та взаємозв'язку її окремих компонентів, які завжди мають особистісний характер, дозволяє наповнити конкретним змістом; воно відбиває специфіку механізмів впливу соціально-психологічних чинників, сферу психічного здоров'я особистості [4, с. 13].

Все сказане дозволяє стверджувати, що соціальна фрустрованість - це складний комплекс взаємопов'язаних елементів психічної активності, які безпосередньо впливають на здоров'я як життєву цінність. Коли особистість постійно стикається з перешкодами та обмеженнями у власному соціальному середовищі, це може призводити до відчуття безсиливих спроб задовольнити свої

соціальні потреби та досягти мети. Це становить великий стрес для психічного благополуччя та загрожує фізичному і емоційному стану особистості.

Соціальна фрустрованість може призводити до різних проблем зі здоров'ям, таких як зниження імунітету, збільшення ризику розвитку психосоматичних захворювань, емоційних розладів і депресії. Оскільки соціальний контекст є важливим аспектом нашого життя, відсутність задоволення соціальних потреб може негативно впливати на загальний рівень щастя та самопочуття.

Розуміння і управління соціальною фрустрованістю є важливим завданням для підтримки здоров'я та психологічного благополуччя. Розвиток ефективних стратегій подолання соціальної фрустрованості можуть сприяти покращенню якості життя і добробуту особистості.

Таким чином фрустрованість є системною отримання особистості. Вона включає 4 складові: фізіологічну, емоційну, когнітивну та поведінкову. Виходячи з такої моделі фрустрованості, логічно припустити, що її корекція повинна здійснюватися на 4 взаємопов'язаних та інтеграційних рівнях: фізіологічному, афективному, когнітивному, поведінковому та включати:

1) розширення функціональних та операційних можливостей, формування необхідних знань, умінь та навичок, що сприяють підвищенню результативності діяльності;

2) навчання прийомів та методів оволодіння своїм емоційним станом: хвилюванням, тривожністю тощо;

3) навчання вмінню адекватного сприйняття, аналізу та когнітивної оцінки напружених ситуацій;

4) перебудова особистості через усвідомлення глибоко психологічних причин та джерел фрустрованості.

## **1.2. Характерологічні властивості працівників рекламних агентств, що зумовлюють їх соціальну фрустрованість**

Трудова діяльність у сфері реклами передбачає систематичні заняття, що розширюють горизонт професійних знань та навичок. [15, с. 11].

Працівник рекламних агентств мають спеціальні якості - енергійність, наполегливість у спілкуванні з клієнтами, вміння залучати талановитих людей. Професія в рекламній галузі часто пов'язана з високими очікуваннями щодо досягнення успіху, креативності і визнання. Якщо працівник не здатен задовольнити ці вимоги або стикається з перешкодами на шляху до досягнення цих очікувань, це може призвести до соціальної фрустрованості. В умовах соціально-економічної нестабільності, конкуренції на ринку праці, соціальних стресів спостерігається зростання вимог, що висуваються до професіоналізму особистості. Але далеко не кожен може легко адаптуватися до нових умов роботи, ефективно здійснювати свою професійну діяльність та соціальну роль. Активно вступаючи у різноманітні соціальні взаємини, працівників рекламних агентств вимушено зіштовхуються з низкою фруструючих чинників, що перешкоджають досягненню бажаних цілей і задоволення важливих особистості потреб, що у результаті призводить до формування соціальної фрустрованості.

Рекламна індустрія може бути дуже вимагаючою та стресовою, зокрема через терміновість проектів, високу конкуренцію і нестабільність у сфері медіа. Працівники, які не мають достатньої стресостійкості або ефективних стратегій управління стресом, можуть відчувати соціальну фрустрованість через постійний тиск і напругу.

Під соціальною фрустрованістю розуміється форма психічного напруження, зумовленого незадоволеністю досягненнями та становищем особистості соціально заданих ієрархіях [20, с. 24].

До розвитку соціальної фрустрованості у працівників рекламних агенцій призводять дві групи фруструючих факторів. Перша група факторів - це зовнішні фактори, які включають навантаження, стреси та рольову конфліктність. Навантаження може виникати через великий обсяг роботи, терміновість проектів і високі вимоги до результатів. Стреси можуть виникати із-за нестабільного графіку роботи, підвищеної відповідальності та постійного тиску для досягнення

успіху. Рольова конфліктність виникає, коли працівникам доводиться поєднувати різні ролі і виконувати суперечливі завдання.

До внутрішніх факторів розвитку соціальної фрустрованості відносяться особистісні особливості працівників рекламних агенств, рівень їхньої стресостійкості, домінування превалювання у них неефективних стратегій комунікацій, низький рівень відповідальності і, як наслідок, наявність захисних реакцій на почуття безпорадності і ситуації.

Додатковою зовнішньою фруструючою складовою, що пояснює дезадаптивну поведінку серед працівників рекламних агенцій, може бути війна. У воєнний період працівники можуть зазнавати стресу і тривоги через загрозу особистої безпеки, економічну нестабільність та невизначеність майбутнього. Воєнний стан може призводити до обмеження руху, зниження можливостей для розвитку та зростання в кар'єрі, що в свою чергу сприяє соціальній фрустрованості серед працівників рекламних агенцій.

Тривала дія великої кількості соціально-фруструючих факторів формує стрес особистості, а при малоефективному психологічному захисті та відсутності соціальної підтримки може викликати її психічну дезадаптацію або навіть хворобу. У межах суспільства вплив соціально-фруструючих факторів на велике число людей може призвести до значного погіршення загального благополуччя та якості життя. Соціальна фрустрованість, спричинена такими факторами як економічна нерівність, безробіття, соціальна незахищеність та дискримінація, може породжувати розлади в психічному стані, зниження самооцінки, втрату мотивації та почуття безнадії. Крім того, соціальна фрустрованість може сприяти появі соціальних конфліктів, агресії та відчуженості в суспільстві. Тому важливо розробляти і впроваджувати ефективні програми, спрямовані на зменшення соціальної фрустрованості та створення сприятливих умов для всебічного розвитку і задоволення потреб громадян[14, с. 38].

Робота працівників рекламних агентств пов'язана із спілкуванням з людьми тим самим підвищує ризик емоційного вигорання. На початковому етапі роботи в рекламних агентствах працівники виявляють позитивне ставлення до

своєї діяльності. Вони вкладають зусилля у те, щоб ретельно досліджувати всі можливі деталі та аспекти своєї роботи. Це характеризується великою мотивацією та ентузіазмом, яка підтримує працівників у їх зусиллях досягнути успіху.

У цьому періоді працівники зосереджуються на розвитку своїх професійних навичок і знань, намагаються оволодіти усіма необхідними компетенціями для виконання своїх завдань. Вони відчують задоволення від творчого процесу розробки рекламних кампаній, спілкування з клієнтами та роботи в команді.

Професійні досягнення та успіхи на цьому етапі можуть посилювати мотивацію та підтримувати позитивне ставлення працівників.

Проте важливо враховувати, що з часом можуть виникати труднощі та виклики, які можуть вплинути на подальшу мотивацію та ентузіазм працівників. У процесі розвитку кар'єри в рекламній галузі необхідно забезпечувати підтримку, розвиток та розширення можливостей для працівників, щоб підтримувати їхню мотивацію та високий рівень зацікавленості у роботі. [16, с. 105].

На фоні втоми та стресів виникає апатія до роботи, зникає інтерес. Без будь-якого виду стимулювання знижуються показники продуктивності [21, с. 117].

У рекламній сфері працівники рекламних агентств повинні завжди бути на висоті, виконувати безліч завдань одночасно та враховувати велику кількість інформації та деталей у голові. Клієнт, персонал, майданчик, логістика, обладнання, документи. З одного боку, це дає неймовірний викид адреналіну, що все треба встигнути, а з іншого, це дуже великий стрес. Багато хто, роками перебувають у цьому стресі, що часто призводить до соціальної фрустрованості [11, с. 72].

Зовнішні фактори соціальної фрустрованості охоплюють: екстремальні умови життєдіяльності, умови праці, відсутність належної оплати праці, конфлікти з роботодавцями, неможливість задовольнити потреби людини.

Наприклад, у ситуації, коли людина спізнюється на важливу зустріч через те, що стоїть у пробці [26, с. 12].

До зовнішніх факторів належать:

– міжособистісні конфлікти, у тому числі переходять у внутрішньо особистісні (суперечність особистого та соціального);

– незадоволеність собою у роботі чи інших сферах (незадоволена потреба у самоактуалізації, викликана відчуттям неповного розкриття особистісного потенціалу чи усвідомленням невірно обраного шляху) [15, с. 38].

До внутрішніх чинників, які обумовлюють соціальну фрустрованість можна віднести особливості особистості: акцентуації характеру, здатність/нездатність брати на себе відповідальність в професійній діяльності та схильність до ризику.

В сучасній психологічній науці акцентуація розуміють як надмірна інтенсивність індивідуальних рис характеру людини, що підкреслює своєрідність реакцій людини на конкретну ситуацію.

Одним з перших це поняття ввів у наукове вживання К. Леонгард в 1968 році. В концепції акцентуйованих особистостей К.Леонгард виокремлював окремі риси особистості (акцентуйовані), які самі по собі ще не є патологічними, однак такі, що за певних умов можуть зазнавати розвиток в позитивному і негативному напрямку, досягаючи особливої виразності у психопатів і невротиків. За думкою К. Леонгарда акцентуйовані особистості - це проміжне явище між нормою .

Психолог вніс значний внесок у розуміння акцентуації характеру та її впливу на поведінку та функціонування особистості. Його дослідження допомогло розкрити важливі аспекти акцентуації характеру та підкреслили значення розуміння і розпізнавання особливостей в психології [9, с. 28].

Характер і його акцентуації впливають на відносини людини до навколишнього світу, до людей і спілкування з ними, а також до тієї діяльності, якою людина займається. Це повною мірою стосується працівників рекламних агентств [27, с. 85].

Акцентуації характеру особистості та психічні стани працівників рекламних агентств мають безпосередній зв'язок з успішністю роботи. Одні акцентуації характеру можуть сприяти роботі, здобуттю нових навичок, інші акцентуації характеру, можуть занижувати успішність діяльності, будучи, по суті, певною перешкодою у роботі [19, с. 226].

Акцентуація характеру – це крайній варіант норми, при якому є вираженість окремих характерологічних характеристик, що викликає вразливість до певних життєвих ситуацій. При цьому адаптація тривалий час може бути задовільною. Однак кожен тип акцентуації має так звану зону найменшого опору характеру, тобто підвищену вразливість до тих чи інших впливів довкілля [5, с. 40].

Різні типи акцентуацій характеру по-різному виявляють себе у процесі і по-різному впливають на успішність працівника.

Психіатри А.Є. Личко та К. Леонгард виділили основні типи акцентуації, які знаходяться в межах визнаної норми і не є відхиленням в психіці:

1. Емотивний тип. Такі люди віддають перевагу спілкуванню у вузькому колі обраних, жалісливий, глибоко переживає свої та чужі неприємності, часто знаходиться у сумному настрою. Рідко вступає у конфлікти та тримає усе в собі.

2. Гіпертимний тип. Людей цього типу характеризує надмірна контактність, балакучість, виразність жестів. Людина орієнтована на успіх, має багато бажань, що підштовхує його на дії, він є оптимістом і ніколи не сумує.

3. Дистимний тип. Орієнтований на невдачі, повільний, завжди переживає і боїться провалу, небагатослівний, віддає перевагу самотності, замкнутий.

4. Циклоїдний тип. Такому типу властиві досить часті періодичні зміни настрою, в результаті цього так само часто змінюється і манера спілкування з навколишніми. В період хорошого настрою вони дуже комунікабельні, а в період пригніченості – замкнені.

5. Збудливий тип. Такому типу притаманні низька контактність у спілкуванні, схильні до агресії. Нерідко вони похмурі, схильні до лайки, до конфліктів, які самі активно провокують.

6. Застрягаючий тип. Його характеризує помірна комунікабельність, схильність до моралізації, небалакучість. В конфліктах є ініціаторами, активною стороною. Намагаються досягти високих показників у будь-якій справі, за яку беруться.

7. Педантичний тип. Нудна особистість, любляча в подробицях переживати будь-які моменти і ситуації, нерішучий, не любить відповідальність.

8. Тривожний тип. Володіє покірним, тривожним характером, боязкий у діях та словах, завжди пасивний і сумний. Через свою беззахисність також можуть бути мішенями для жартів.

9. Демонстративний тип. Людина егоїстична, орієнтована на свої інтереси, самовпевнений, часто використовує брехню, любить бути у центрі уваги.

10. Екзальтований тип. Цьому типу властиві висока контактність, балакучість, закохуваність. Такі люди часто суперечать, але не доводять до відкритих конфліктів. Легко піддаються паніці та миттєвим настроям.

11. Екстравертований тип. Балакучий і несаможиттєвий. Рідко вступають у конфлікти з навколишнім світом і зазвичай відіграють в них пасивну роль. Неорганізований, але любить підкорятися і може давати добрі результати під чужим керівництвом

12. Інтровертований тип. Для таких людей характерна низька контактність, замкнутість, відірваність від реальності, схильність до філософствувань. Такі люди люблять самотність, вступають в конфлікти з навколишніми тільки при спробах безцеремонного втручання в їхнє особисте життя [16].

Для особистостей зі збудливим типом акцентуації характерно неприйняття себе та емоційний дискомфорт, що на тлі зниженого настрою призводить до накопичення негативних емоцій та формує емоційний дискомфорт у міжособистісних відносинах. Також поганий настрій не сприяє бажанню спілкуватися, а негативне бачення себе робить людей нецікавими співрозмовниками, що ускладнює побудову міжособистісних відносин [28, с. 586].

Акцентуований характер формується, як правило, під впливом сукупності різних чинників. Не викликає сумнівів той факт, що одну з ключових ролей у цьому грає спадковість, тобто деякі уроджені особистісні особливості [22, с. 488].

Акцентуації характеру зустрічаються у своєму чистому вигляді, легко піддається класифікації, а й у змішаній формі. Це звані проміжні типи, що стають наслідок одночасного розвитку кількох різних характеристик [18, с. 10].

Люди з високою тривожністю або підозрілістю можуть бути більш схильними до приписування зовнішніх факторів або зовнішнього локусу контролю за результатами своєї діяльності.

Таким чином, можна висловити припущення, що акцентуація характеру може впливати на локус контролю, змінюючи сприйняття особистістю причин своїх дій та результатів. Наприклад, люди з підозрілими рисами можуть більше спрямовуватись на зовнішні чинники, які впливають на їхню діяльність, і менше розглядати вплив своїх внутрішніх здібностей та зусиль.

Локус контролю визначається як спроможність людини приписувати відповідальність за події в своєму житті та результати своєї діяльності. Ця якість може бути оцінена на шкалі інтернальності-екстернальності, де високий рівень інтернальності вказує на тенденцію людини вважати, що вона має контроль над власним життям, а високий рівень екстернальності свідчить про пошук причин поведінки та результатів зовні, в зовнішніх обставинах.

Поняття локусу контролю було запропоновано Дж. Роттером, який ввів його на основі своєї теорії соціального навчання. Згідно з його концепцією, спроможність людини контролювати події у своєму житті є важливим фактором у встановленні зв'язку "дія-наслідок". Дж. Роттер розділив локус контролю на внутрішній та зовнішній.

Локус контролю представляє собою два полюси: інтерналі та екстернали. У кожній особі є своє місце на шкалі інтернальності - екстернальності. Інтерналі вірять, що вони можуть впливати на події в своєму житті, керувати ними та нести відповідальність за них і за своє життя загалом. З іншого боку,

екстернали сприймають події в своєму житті як залежні від зовнішніх сил, таких як люди, доля і т.д. Вони не відчують здатність впливати на своє життя та контролювати розвиток подій, і тому знімають з себе відповідальність за все, що з ними відбувається.

Між інтернальними і екстернальними особистостями існують інші відмінності, які можуть бути значущими для їхньої професійної діяльності. Наприклад, екстернали частіше піддаються конформізму, схильні до маніпуляцій, більш піддатливі до думок та оцінок інших. Загалом, екстернальні особистості проявляють себе як ефективні виконавці, що працюють під контролем інших людей.

Інтернали, навпаки, продуктивніше працюють самотійно, а не в команді. Вони активніше шукають інформацію і краще справляються з роботою, яка вимагає ініціативи. Вони більш рішучі, впевнені в собі, принципові у взаєминах з іншими і не бояться ризикувати.

Схильність до ризику відображає індивідуальну здатність до прояву прагнень до ризику, нахилу до обирання ситуацій, які мають потенційні ризики, та емоційного притягнення до діяльності, цінностей або занять, пов'язаних з ризиком. Це проявляється в глибокій та стійкій потребі знаходитися у таких ситуаціях та займатися ризикованою діяльністю. Схильність до ризику виявляє здатність особистості відчувати притягання до ризикованих ситуацій і приймати ризиковані рішення. Ця характеристика охоплює емоційну схильність до пошуку нових та стимулюючих вражень, бажання випробувати свої межі, та готовність приймати неоправданий ризик в обмін на потенційні вигоди чи нагороди.

Схильність до ризику може бути виявлена у різних сферах життя, включаючи фізичні активності, фінансові інвестиції, професійну кар'єру, міжособистісні відносини та інші. Люди з високою схильністю до ризику часто шукають нових викликів та можливостей для досягнення успіху, але вони також можуть зазнавати більших стресових ситуацій та зазнавати невдач, які пов'язані з ризиком.

Діагностика рівня схильності до ризику може здійснюватися за допомогою психологічних тестів, опитувальників або спостережень за поведінкою особистості в різних ситуаціях. Результати такої діагностики можуть допомогти в розумінні і прогнозуванні поведінки особистості у відношенні до ризикованих ситуацій та розвитку стратегій управління ризиком.

Важливо відзначити, що схильність до ризику є індивідуальною характеристикою, і вона може варіювати від особи до особи. Також вона може бути змінна в різні періоди життя та в різних контекстах.

Ця схильність може мати вплив на різні аспекти життя, включаючи професійну кар'єру, спортивну діяльність, фінансові рішення та особисті взаємини. Важливо враховувати, що схильність до ризику є комплексним психологічним явищем, яке може впливати на різні фактори, такими як генетика, виховання, досвід та соціальне оточення.

На основі зв'язку між схильністю до ризику, локусом контролю та соціальною фрустрованістю можна зробити такий висновок щодо працівників рекламних агентств:

Схильність до ризику може впливати на рівень соціальної фрустрованості у працівників рекламних агенств. Люди, які виявляють високу схильність до ризику, можуть бути більш схильні до виникнення соціальної фрустрованості, особливо якщо у них переважає екстернальний локус контролю. Вони можуть відносити негативні результати своєї діяльності до зовнішніх факторів, таких як конкуренція, недостатнє визнання або економічні обставини, що може призводити до почуття розчарування та незадоволення.

Працівники рекламного агенства, мають внутрішній локус контролю та більш розуміють, що результати їх діяльності залежать від їхніх власних зусиль і здібностей, можуть бути більш адаптивними та менш схильними до соціальної фрустрованості. Вони можуть бути більш самостійними, впевненими у своїх можливостях та здатними приймати відповідальність за свої дії.

Ці зв'язки між схильністю до ризику, локусом контролю та соціальною фрустрованістю вказують на важливі аспекти психологічного благополуччя

працівників рекламних агенств. Розуміння цих зв'язків може допомогти в розвитку підходів до підтримки працівників, спрямованих на зниження ризику соціальної фрустрованості.

Отже, передумовою для проведення емпіричного дослідження є визначені характерологічні чинники, які можуть обумовлювати виникнення соціальної фрустрованості у працівників рекламних агенств [23].

### **Висновки до розділу 1**

За результатами аналізу психологічної літератури з'ясовано, що соціальна фрустрованість – це вид (форма) психічної напруги, обумовленої незадоволеністю досягненнями і становищем особистості в соціумі, крахом надій, нереалізованих можливостей. У психодіагностиці соціальна фрустрованість найчастіше сприймається як предиктор формування хронічного стресу, розвитку соціально-стресових розладів. Ця обставина визначає також актуальність вивчення цього психосоціального феномену для обґрунтування та кваліфікації критеріїв діагностики реальної чи потенційної стресогенності умов соціального функціонування, наприклад, у професійній діяльності.

Соціальна фрустрованість обумовлена такими властивостями особистості: високими рівнями певних типів акцентуацій характеру, рівнем локусу контролю схильністю до ризику.

Акцентуації – це крайній варіант норми, при якому є вираженість окремих характерологічних характеристик, що викликає вразливість до певних життєвих ситуацій.

Локус контролю – це схильність приписувати свої успіхи або невдачі внутрішнім або зовнішнім факторам.

Схильність до ризику – виявляє здатність прагненням до ризику, схильністю до вибору ризикогенних ситуацій, емоційною перевагою тієї або іншої діяльності (або цінності), пов'язаної з ризиком, глибокій, стійкій потребі в ній.

## **РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СОЦІАЛЬНОЇ ФРУСТРОВАНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ РЕКЛАМНИХ АГЕНСТВ ТА ХАРАКТЕРОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ, ЩО ЇЇ ЗУМОВЛЮЮТЬ**

### **2.1. Організація та методика проведення дослідження**

Методи дослідження включають:

- теоретичні: аналіз, синтез, порівняння, систематизацію та узагальнення теоретичних даних;

- емпіричні методи: спостереження, бесіда, тестування;

- методи математичної статистики: метод кореляції за Пірсоном;

У ході емпіричного дослідження було використано такі методики:

1. Методика діагностики рівня соціальної фрустрованості Вассермана Бойка.

2. Методика Леонгарда-Шмішека діагностики типів акцентуації особистості.

3. Методика Дж. Роттера «Локус контролю».

4. Діагностика рівня особистісної готовності до ризику («PSK» Шуберта).

Вибірка емпіричного дослідження:

респондентів – 40 працівників рекламного агенства New Side.

У дослідженні брали участь працівники рекламних агенств. Вік працівників рекламних агенств становив від 25 до 45 років.

Для проведення емпіричного дослідження, у цій роботі були застосовані такі діагностичні методики:

#### **1. Методика діагностики рівня соціальної фрустрованості Вассермана Бойко (Додаток В).**

Методика спрямована на оцінку ступеня незадоволеності/задоволеності соціальними досягненнями в різних сферах життєдіяльності. Розроблена Л.І. Вассерманом і модифікована В.В. Бойком.

Інструкція: “Прочитайте кожне запитання та вкажіть у реєстраційному бланку тільки один варіант відповіді, який найбільш точно характеризує Ваш ступінь незадоволеності-задоволеності своїми досягненнями в різних сферах життєдіяльності”.

По кожному пункту визначається показник рівня фрустрованості. Він може варіюватися від 0 до 4 балів.

Кожному варіанту відповіді присвоюються бали:

- повністю задоволений – 0,
- скоріше задоволений – 1,
- важко відповісти – 2,
- скоріше незадоволений – 3,
- повністю незадоволений – 4.

Якщо методика використовується для виявлення показника групи респондентів, то необхідно:

- 1) отримати окремо добутки числа респондентів, які обрали ту чи іншу відповідь, на бал, який присвоюється відповіді;
  - 2) підрахувати суму цих добутків;
  - 3) розділити її на загальне число респондентів, які відповіли на даний пункт.
- Можна визначити підсумковий середній індекс рівня соціальної фрустрованості. Для цього треба скласти показники фрустрованості по всіх пунктах і поділити суму на число пунктів (20). В масових обстеженнях вельми показовим є відсоток осіб, які вибрали той або інший варіант відповіді на конкретний пункт.

Інтерпретація результатів

Висновки про рівень соціальної фрустрованості робляться з урахуванням величини бала (середнього бала) за кожним пунктом. Чим більше бал, тим вище рівень соціальної фрустрованості.

- 3,5-4 бали – дуже високий рівень фрустрованості;
- 3,0-3,4 бали – підвищений рівень фрустрованості;
- 2,5-2,9 бали – помірний рівень фрустрованості;
- 2,0-2,4 бали – невизначений рівень фрустрованості;

1,5-1,9 бали – понижений рівень фрустрованості;

0,6-1,4 бали – дуже низький рівень;

0-0,5 – відсутність (майже відсутність) фрустрованості.

## **2. Методика Леонгарда-Шмішека діагностики типів акцентуації особистості (Додаток 2).**

Призначений для діагностування типу акцентуації особистості. Інструкція: “Вам пропонується відповісти на 88 запитань, які стосуються різних сторін Вашої особистості. Якщо Ви згодні із ствердженням, поставте в реєстраційному бланку поруч з номером запитання знак “+” (“так”), якщо ні – знак “-”. Довго над питаннями не розмірковуюйте, правильних і неправильних відповідей немає”.

Обробка результатів

Для їх обробки потрібно виготовити трафарети згідно з “ключами”, які накладаються на реєстраційний бланк, заповнений респондентом. Потім здійснюється підрахунок відповідей. Згідно з “ключами” та помножених згідно з ними на 2, 3 або 6. За умови збігу відповіді на питання з “ключем” такої відповіді нараховується 1 бал, при неспівпаданні з “ключем” бали не нараховуються. Максимальна сума балів після помноження – 24. За деякими джерелами, ознаками акцентуації вважається величина більша за 12 балів. Інші вважають, що сума балів у межах від 15 до 19 свідчить лише про тенденцію до того чи іншого типу акцентуації. І лише у випадку перевищення 19 балів риса є акцентуваною.

## **3. Методика Дж. Роттера «Локус контролю» (Додаток 3).**

Методика дозволяє порівняно швидко й ефективно оцінити сформований у респондента рівень суб’єктивного контролю над різними життєвими ситуаціями. Методика містить 7 шкал у вигляді переліку з 44 тверджень. Респондент послідовно читає твердження та висловлює своє ставлення до кожного пункту, використовуючи семибальну шкалу оцінок від -3 (“повністю не згоден”) до +3 (“повністю згоден”). Бали заносяться респондентом у реєстраційний бланк. Тестування може проводитися як індивідуально, так і в групі. В останньому випадку необхідно вжити заходів, що виключають вплив на відповіді інших

учасників. Інструкція: “Вам буде запропоновано 44 твердження. Уважно прочитайте кожне з них і зробіть позначку в реєстраційному бланку, в клітинці, з відповідним номером твердження. Виберіть варіант відповіді, який Вам найбільш підходить:

- 3 – не згоден повністю;
- 2 – не згоден частково;
- 1 – скоріше не згоден, ніж згоден;
- 0 – важко відповісти;
- +1 – скоріше згоден, ніж не згоден;
- +2 – згоден частково;
- +3 – згоден повністю.

Відповідайте швидко, довго не замислюйтесь”.

Інтерпретація результатів Проаналізуйте кількісно та якісно отримані показники РСК за 7 шкалами, порівнюючи результати (отриманий “профіль”) з нормою. Відхилення праворуч ( $> 5,5$  стевів) свідчить про інтернальний тип контролю (РСК) у відповідних ситуаціях. Відхилення ліворуч від норми ( $< 5,5$  стевів) свідчить про екстернальний тип РСК.

Шкала загальної інтернальності (Ізаг.).

Високий показник за цією шкалою відповідає інтернальності в різноманітних життєвих ситуаціях, тобто шкала Ізаг. – трансситуативна для респондентів із високим рівнем суб’єктивного контролю; такі люди вважають, що більшість важливих подій у їх житті були результатом їх власних дій. Вони вважають себе відповідальними за те, що відбувається з ними, встановлюють зв’язок між власними якостями та проявленими зусиллями з результатами діяльності. Респонденти з низьким показником Ізаг. схильні приписувати відповідальність за те, що відбувається з ними, зовнішнім силам. Такі респонденти вважають, що результати діяльності та значущі події в їх житті слабо залежать від їх власної активності.

Шкала інтернальності в галузі досягнень (Ід). Високий рівень Ід відповідає схильності респондента вважати досягнуті успіхи результатом власних якостей і

проявленої активності. Такі люди впевнені в здатності досягати успіху на шляху до мети. Низький рівень Ід свідчить про відмову вважати досягнення наслідком власних дій. Такі респонденти пояснюють позитивні події результатом везіння чи допомоги інших людей.

Шкала інтернальності в галузі невдач (Ін). Високий показник Ін виявляє внутрішній контроль над негативними подіями. Респонденти з високим рівнем Ін звинувачують себе в неприємних подіях власного життя. Низький показник шкали свідчить про те, що респондент схильний приписувати відповідальність за такі події іншим людям чи вважати їх результатом невезіння.

Шкала інтернальності у сфері сімейних відносин (Іс). Шкала містить пункти, пов'язані з подіями сімейного життя. Високий показник Іс говорить про почуття відповідальності респондента за значущі події, що відбуваються в сім'ї. При низькому значенні Іс респондент переносить відповідальність за те, що відбувається, на інших членів сім'ї.

Шкала інтернальності в галузі виробничих відносин (Ів). Високий показник Ів свідчить про те, що людина вважає свої дії важливим фактором в організації власної виробничої діяльності, у відносинах, які складаються в колективі, у своєму просуванні і т. д. Низький показник Ів вказує на те, що респондент схильний приписувати більш важливе значення зовнішнім обставинам – керівництву, товаришам по роботі, везінню-невдачі.

Шкала інтернальності в галузі міжособистісних відносин (Ім). Високий показник Ім свідчить про те, що людина вважає себе в силах контролювати свої неформальні відносини з іншими людьми, викликати до себе повагу та симпатію і т. д. Низький Ім, навпаки, вказує на те, що він не вважає себе здатним активно формувати своє коло спілкування й схильний вважати свої відносини результатом дії своїх партнерів.

Шкала інтернальності у сфері здоров'я та хвороби (Ізд.). Високий показник за цією шкалою говорить про те, що респондент вважає себе відповідальним за стан свого здоров'я. Люди з низьким рівнем Ізд. вважають стан здоров'я і хворобу

результатом випадку, долі. Вони схильні вірити, що одужання відбудеться або спонтанно, або в результаті дій лікарів.

#### **4. Діагностика рівня особистісної готовності до ризику («PSK» Шуберта) (Додаток 4).**

Методика дозволяє виміряти тенденцію людини до ризику в умовах фізичної небезпеки. Інструкція: “Оцініть ступінь своєї готовності виконати дії, про які Вас запитують. При відповіді на кожне з 25 питань поставте відповідний бал за такою схемою:

- 2 бали – повністю згоден, “Так”;
- 1 бал – скоріше “Так”, ніж “Ні”;
- 0 балів – ні “Так”, ні “Ні”, щось середнє, “важко сказати”;
- 1 бал – скоріше “Ні”, ніж “Так”;
- 2 бали – повністю не згоден, “Ні”.

Інтерпретація результатів

- Менше -30 балів – занадто обережні;
- від -10 до +10 балів – середні значення;
- понад 20 балів – схильні до ризику.

Висока готовність до ризику супроводжується низькою мотивацією до уникнення невдач (захистом). Готовність до ризику достовірно пов’язана прямо пропорційно з числом допущених помилок.

Аналіз результатів досліджень дозволяє виділити певні закономірності:

- з віком готовність до ризику знижується;
- у більш досвідчених працівників готовність до ризику нижче, ніж у недосвідчених;
- у жінок готовність до ризику реалізується за більш визначених умов, ніж у чоловіків;
- у військових командирів і керівників підприємств готовність до ризику вище, ніж у студентів;
- у людини, від якої всі відщуралися, зі зростанням її “відкинутості”, в ситуації внутрішнього конфлікту зростає готовність до ризику;

– в умовах групи готовність до ризику проявляється сильніше, ніж тоді коли люди діють поодиноці, і залежить від групових очікувань.

## 2.2. Аналіз та інтерпретація отриманих результатів

Для діагностики рівня соціальної фрустрованості використовувалася «Методика діагностики рівня соціальної фрустрованості Л.І.Вассерман» (у модифікації В.В.Бойка);

Первинні дані вимірювання рівня соціальної фрустрованості респондентів за методикою Л.І.Вассерман наведені у Додатку 1.

Результати вимірювання соціальної фрустрованості респондентів за методикою Л.І.Вассерман, представлені в Таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

### Результати вимірювання соціальної фрустрованості респондентів за методикою Л.І.Вассермана (n=40)

Соціальна фрустрованість	Рівні прояву	Респонденти (40)	
		Працівники рекламних агенств	
		к-сть.	у %
Незадоволеність соціально-економічною сферою життєдіяльності	Низький	3	7,50
	Середній	13	32,50
	Високий	24	60,00
Незадоволеність професійною сферою життєдіяльності	Низький	6	15,00
	Середній	19	47,50
	Високий	15	37,50
Незадоволеність сферою міжособистісних стосунків	Низький	9	22,50
	Середній	17	42,50
	Високий	14	35,00

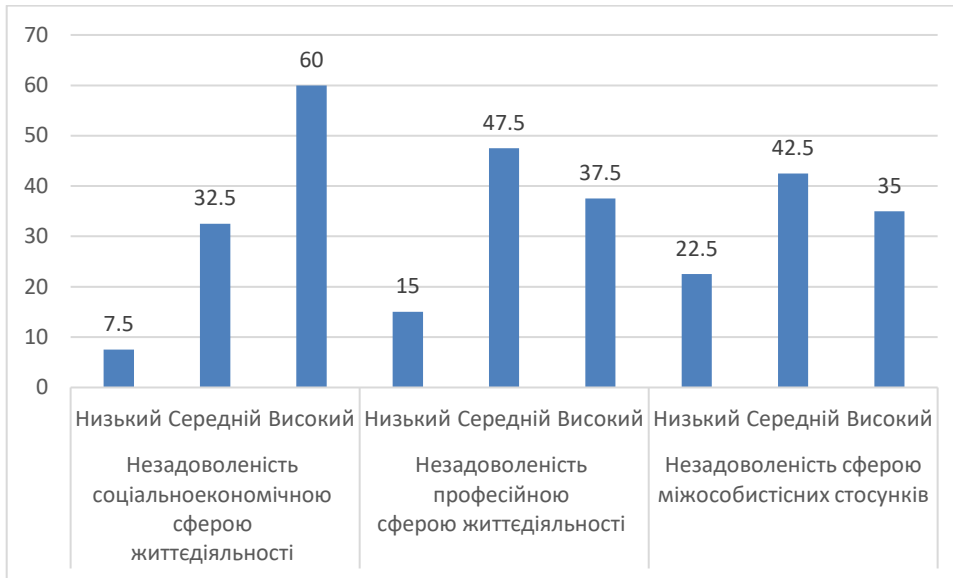


Рис. 2.1. Діаграма результатів соціальної фрустрованості респондентів за методикою Л.І.Вассермана

Аналіз результатів, які отримані за методикою «Рівень соціальної фрустрованості» Л. Вассермана, виявив достатньо високий рівень вираженості соціальної фрустрованості, тобто незадоволеність соціальними досягненнями в основних аспектах життєдіяльності (або на рівні «скоріше незадоволений» або «повністю незадоволений») у значній кількості працівників рекламних агенств.

Високий рівень незадоволеності соціально-економічною сферою життєдіяльності склав 60,0 % (24 особи), середній рівень – 32,5 % (13 осіб), низький рівень 7,5 % (3 особи).

Високий рівень незадоволеності професійною сферою життєдіяльності склав 37,5 % (15 осіб), середній рівень – 47,5 % (19 осіб), низький рівень 15,0 % (6 осіб).

Високий рівень незадоволеності сферою міжособистісних стосунків склав 35 % (14 осіб), середній рівень – 42,5 % (17 осіб), низький рівень 22,5 % (9 осіб).

Ці результати свідчать про те, що соціальна фрустрованість є поширеною серед працівників рекламних агенств. Це може мати вплив на успіх у роботі, мотивацію та задоволеність роботою. Розуміння цих проблем може сприяти

розробці стратегій для покращення робочого середовища та підвищення задоволення працівників.

Для діагностики рівня акцентуації особистості використовувалася «Методика Леонгарда-Шмішека діагностики типів акцентуації особистості».

Первинні дані вимірювання акцентуації особистості респондентів за методикою К.Леонгарда-Г.Шмішека наведені у Додатку 2.

Результати вимірювання акцентуації особистості респондентів за методикою К.Леонгарда-Г.Шмішека, представлені в Таблиці 2.3.

*Таблиця 2.3*

**Результати вимірювання акцентуацій характеру респондентів за методикою К.Леонгарда-Г.Шмішека (n=40)**

Типи акцентуацій	Рівні прояву	Респонденти (40)	
		Працівники рекламних агенств	
		к-сть.	у %
Демонстративний (Дм)	Низький	8	20,00
	Середній	20	50,00
	Високий	12	30,00
Застрагуючий (Зс)	Низький	2	5,00
	Середній	14	35,00
	Високий	24	60,00
Педантичний (Пд)	Низький	12	30,00
	Середній	22	55,00
	Високий	6	15,00
Збудливий (Зб)	Низький	12	30,00
	Середній	14	35,00
	Високий	14	35,00
Гіпертимний (Гп)	Низький	10	25,00
	Середній	8	20,00
	Високий	22	55,00

Дистимічний (Дс)	Низький	27	67,50
	Середній	11	27,50
	Високий	2	5,00
Тривожний (Тр)	Низький	10	25,00
	Середній	11	27,50
	Високий	19	47,50
Екзальтований (Ек)	Низький	20	50,00
	Середній	0	0,00
	Високий	20	50,00
Емотивний (Ем)	Низький	9	22,50
	Середній	12	30,00
	Високий	19	47,50
Циклотимний (Цк)	Низький	5	12,50
	Середній	11	27,50
	Високий	25	62,50

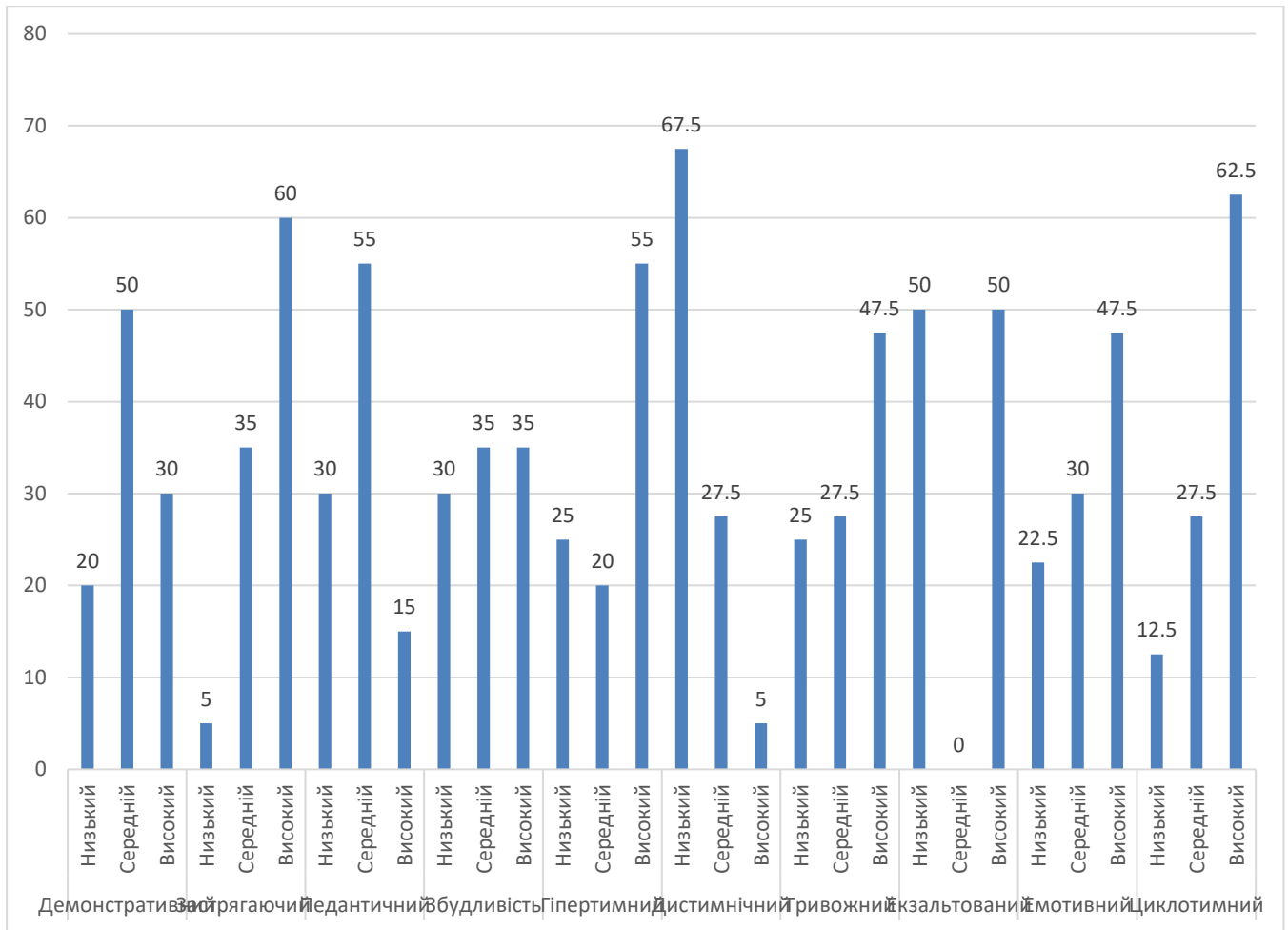


Рис. 2.2. Діаграма результатів акцентуації характеру респондентів за методикою К.Леонгарда-Г.Шмішека

Аналіз результатів, які отримані за методикою «Діагностика типів акцентуації особистості» К.Леонгарда-Г.Шмішека виявив достатньо високий рівень з циклотимним типом акцентуації працівників рекламних агенств.

Високий рівень з циклотимним типом акцентуації склав 62,5 % (25 осіб), середній рівень – 27,5 % (11 осіб), низький рівень 12,5 % (5 осіб).

Високий рівень з демонстративним типом акцентуації склав 30,0 % (12 осіб), середній рівень – 50,0 % (20 осіб), низький рівень 20,0 % (8 осіб).

Високий рівень з застрягаючим типом акцентуації склав 60,0 % (24 особи), середній рівень – 35,0 % (14 осіб), низький рівень 5,0 % (2 осіб).

Високий рівень з педантичним типом акцентуації склав 15,0 % (6 осіб), середній рівень – 55,0 % (22 особи), низький рівень 30,0 % (12 осіб).

Високий рівень з збудливості типом акцентуації склав 35,0 % (14 осіб), середній рівень – 35,0 % (14 осіб), низький рівень 30,0 % (12 осіб).

Високий рівень з дистимічним типом акцентуації склав 5,0 % (2 особи), середній рівень – 27,5 % (11 осіб), низький рівень 67,5 % (27 осіб).

Високий рівень з тривожним типом акцентуації склав 47,5 % (19 осіб), середній рівень – 27,5 % (11 осіб), низький рівень 25,0 % (10 осіб).

Високий рівень з екзальтованим типом акцентуації склав 50,0 % (20 осіб), середній рівень – 0 %, низький рівень 50,0 % (20 осіб).

Високий рівень з емотивним типом акцентуації склав 47,5 % (19 осіб), середній рівень – 30,0 % (12 осіб), низький рівень 22,5 % (9 осіб).

Аналіз результатів за методикою «Діагностика типів акцентуації особистості» К. Леонгарда-Г. Шмішека показав наявність високого рівня циклотимної акцентуації серед працівників рекламних агенств. Це означає, що у значної кількості респондентів спостерігається виражений коливальний настрій, зміни настрою та емоційної реактивності.

Високий рівень циклотимного акцентуації склав 62,5% (25 осіб), середній рівень – 27,5% (11 осіб), низький рівень – 12,5% (5 осіб). Це свідчить про те, що більшість працівників рекламних агенств мають схильність до коливання настрою, непостійності емоційного стану та зміни емоційного реагування.

Також було виявлено певний рівень інших типів акцентуації особистості серед працівників рекламних агенств, таких як демонстративний, застрягаючий, педантичний, збудливий, дистимічний, тривожний, екзальтований та емотивний. Кожен з цих типів має свої характеристики та може впливати на спосіб сприйняття, поведінку та взаємодію працівників.

Для діагностики рівень суб'єктивного контролю у працівників рекламних агенцій використовувалася «Методика Дж. Роттера «Локус контролю».

Первинні дані вимірювання локус-контролю респондентів за методикою Дж. Роттера наведені у Додатку 3.

Результати вимірювання локус-контролю респондентів за методикою Дж. Роттера, представлені в Таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

**Результати вимірювання локус-контролю респондентів за методикою Дж. Роттера (n=40)**

Типи локус контролю	Рівні прояву	Респонденти (40)	
		Працівники рекламних агенств	
		к-сть.	у %
Інтернальний тип	Низький	16	40,00
	Середній	17	42,50
	Високий	7	17,50
Екстернальний тип	Низький	6	15,00
	Середній	21	52,50
	Високий	13	32,50

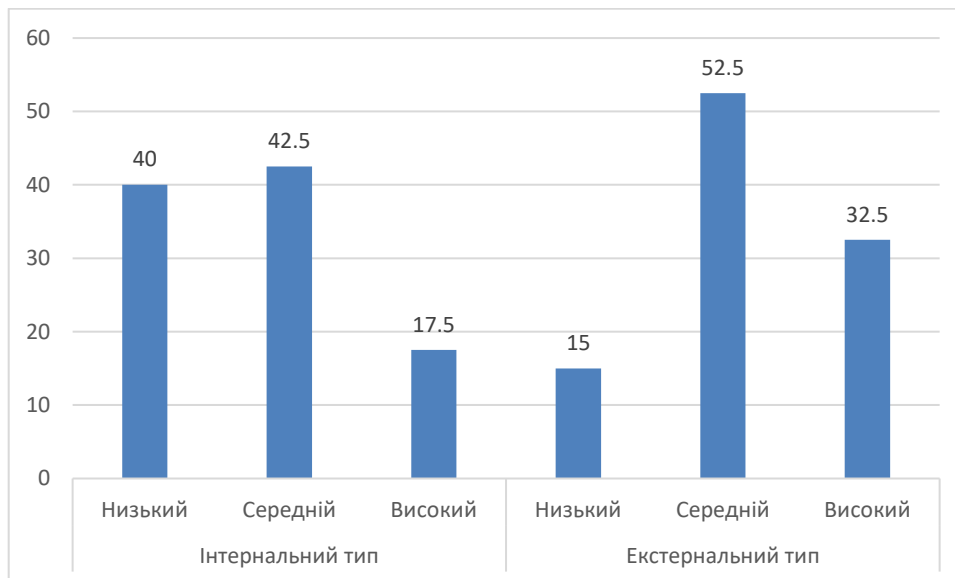


Рис. 2.3. Діаграма результатів локус-контролю респондентів за методикою Дж. Роттера

Аналіз результатів, які отримані за методикою «Локус контролю» Дж. Роттера виявив високий рівень екстернального типу склав 32,5 % (13 осіб), середній рівень – 52,5 % (21 осіб), низький рівень 15,00 % (6 осіб).

Високий рівень інтернального типу склав 17,5 % (7 осіб), середній рівень – 42,5 % (17 осіб), низький рівень 40,00 % (16 осіб).

Аналіз результатів за методикою «Локус контролю» Дж. Роттера вказує на рівень контролю над власним життям та спрямованість респондентів на зовнішні чинники (екстернальний тип) або внутрішні переконання та особисту відповідальність (інтернальний тип).

Високий рівень екстернального типу був виявлений у 32,5% респондентів, що свідчить про їхню тенденцію сприймати події та результати своєї життєдіяльності як результат зовнішніх обставин, випадковості або долі. Середній рівень екстернального типу спостерігався у 52,5% респондентів, що може вказувати на те, що вони частково сприймають контроль над своїм життям, але все життя не повністю контролюються ними самими. Низький рівень екстернального типу був зафіксований у 15,00% респондентів, що може свідчити про їхню сильну внутрішню спрямованість та переконання у власній здатності контролювати своє життя.

У той же час, високий рівень інтернального типу був виявлений у 17,5% респондентів, що означає, що вони схильні сприймати контроль та відповідальність за свої дії та результати. Середній рівень інтернального типу спостерігався у 42,5% респондентів, що може вказувати на їхню здатність контролювати частину свого життя, але не завжди повністю. Низький рівень інтернального типу був виявлений у 40,00% респондентів, що свідчить про їхню більшу схильність сприймати зовнішні фактори, такі як випадковість, умови або зовнішні обставини, як визначальні для свого життя. Вони не відчують сильного контролю або впливу на свої результати і більше покладаються на зовнішні чинники.

Для діагностики рівня особистісної готовності до ризику у працівників рекламних агенцій використовувалася «Методика «PSK» Шуберта».

Первинні дані вимірювання рівня особистісної готовності до ризику респондентів за методикою Шуберта наведені у Додатку 4.

Результати вимірювання рівня особистісної готовності до ризику респондентів за методикою Шуберта, представлені в Таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

**Результати вимірювання рівня особистісної готовності до ризику респондентів за методикою Шуберта (n=40)**

Шкала	Рівні прояву	Респонденти (40)	
		Працівники рекламних агенств	
		к-сть.	у %
Ступінь готовності до ризику	Низький	34	85,00
	Середній	6	15,00
	Високий	0	0,0

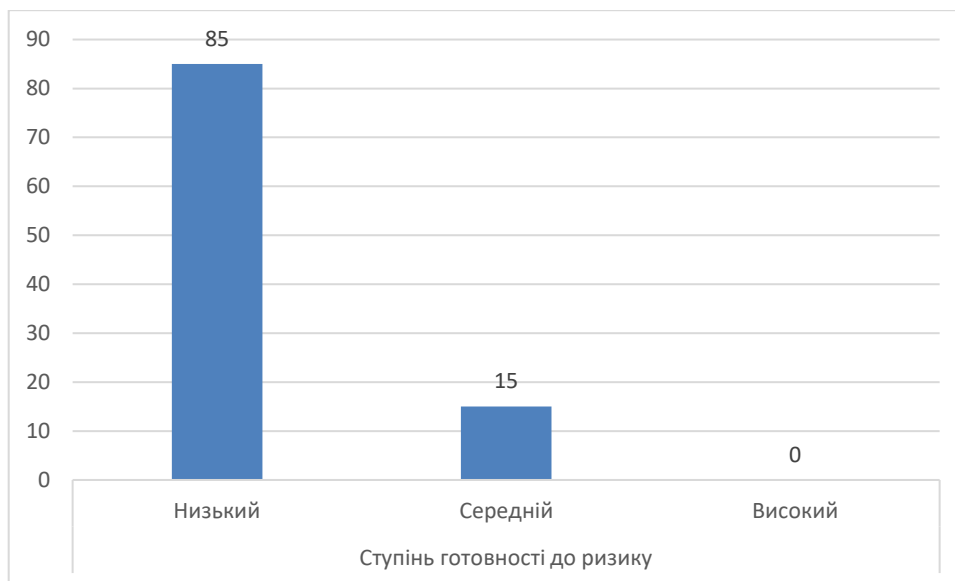


Рис. 2.4. Діаграма результатів рівня особистісної готовності до ризику респондентів за методикою Шуберта

Аналіз результатів, які отримані за методикою «особистісної готовності до ризику респондентів» за методикою Шуберта, виявив достатньо низький рівень готовності до ризику занадто обережні склав 85,0 % (34 особи), середній рівень – 15,0 % (6 осіб).

Таким чином, аналіз результатів, отриманих за методикою «Особистісної готовності до ризику респондентів» за методикою Шуберта, показав, що

достатньо низький рівень готовності до ризику занадто обережні спостерігався у 85,0% респондентів (34 особи). Це означає, що більшість працівників рекламних агенцій проявляють високу степінь обережності та уникання ризику в своїй поведінці. Вони віддають перевагу стабільності, безпеці та виключають можливість прийняття ризикованих рішень.

Середній рівень готовності до ризику спостерігався лише у 15,0% респондентів (6 осіб). Це свідчить про те, що лише обмежена кількість працівників проявляє певну готовність до ризику, але не настільки високу, щоб активно приймати ризиковані рішення або дії. Вони можуть бути більш обережними та вибірково ризиковими в своїй діяльності.

Ці результати свідчать про те, що більшість працівників рекламних агенцій виявляють підвищений рівень обережності та низьку готовність до ризику. Це може впливати на їхню здатність приймати високоризиковані рішення, експериментувати та впроваджувати новаторські підходи в роботі.

Таблиця 2.6

**Кореляційні взаємозв'язки за методом Пірсона між соціальною фрустрованістю та акцентуаціями особистості, локусом контролю та схильністю до ризику з точки зору їх впливу на емоційну сферу працівників рекламних агенств**

Шкали	демонс тратив ний	застр ягаюч ий	педанти чний	збудл ивий	гіперт имний	дисти мичес кий	тривож но- боязли вий	афект ивно- екзал това ний	емотив ний	циклот имний	інтер нальн ий	екстерна льний	ступінь готовност і до ризик
Незадоволені сть соціальноекон омічною сферою	-0,134	0,399	-0,043	-0,186	-0,055	-0,365	0,088	-0,166	-0,230	-0,398	0,067	0,263	0,219
Незадоволені сть професійною сферою	-0,120	0,452	0,275	-0,036	-0,267	-0,223	-0,135	-0,187	-0,139	-0,263	-0,060	0,081	0,304
Незадоволені сть сферою міжособистіс них стосунків	-0,042	0,258	-0,078	0,231	-0,102	-0,087	-0,366	-0,129	0,144	0,104	-0,256	0,263	-0,100

Для порівняння значень, ми можемо використовувати табличні значення критичних коефіцієнтів для заданого рівня значущості (наприклад,  $\alpha = 0,05$ ). Якщо значення коефіцієнта перевищує критичне значення, то вважається, що він є значущим.

У таблиці 2.6 наведені значення кореляційних коефіцієнтів між незадоволеністю соціально-економічною сферою, професійною сферою та сферою міжособистісних стосунків, а також акцентуаціями особистості, локусом контролю та схильністю до ризику.

Значущі кореляційні взаємозв'язки з незадоволеністю соціально-економічною сферою:

Значуща позитивна кореляція з акцентуацією "застрягаючий" (0,399). Це помірна позитивна залежність між соціальною фрустрованістю та застрягучістю. Це означає, що зі зростанням соціальної фрустрованості збільшується рівень застрягучості у людини.

Значущі кореляційні взаємозв'язки із незадоволеністю професійною сферою:

Значуща позитивна кореляція з акцентуацією "застрягучий" (0,452). Це помірна позитивна залежність між соціальною фрустрованістю та застрягучістю. Це означає, що зі зростанням соціальної фрустрованості збільшується рівень застрягучості у людини.

Значуща позитивна кореляція з акцентуацією "педантичний" (0,275). Це дуже слабка негативна залежність між соціальною фрустрованістю та педантичністю. Вона показує, що немає значного зв'язку між цими змінними.

Значуща позитивна кореляція з локусом контролю (0,304). Це помірна позитивна залежність між соціальною фрустрованістю та ступенем готовності до ризику. Це означає, що зі зростанням соціальної фрустрованості збільшується рівень готовності до ризику.

Значущі кореляційні взаємозв'язки з незадоволеністю сферою міжособистісних стосунків:

Значуща позитивна кореляція з акцентуацією "Екстернальний" (0,263).

Загалом, з таблиці 2.6 кореляцій видно, що соціальна фрустрованість може мати вплив на емоційну сферу людини. Існує певна залежність між соціальною фрустрованістю та різними аспектами особистості, локусом контролю та схильністю до ризику.

Аналіз кореляцій показує певні взаємозв'язки між соціальною фрустрованістю та акцентуаціями особистості, локусом контролю та схильністю до ризику з точки зору їх впливу на емоційну сферу людини. Зокрема, спостерігаються залежності від слабких до помірних між соціальною фрустрованістю та окремими аспектами працівників рекламних агенств.

## **Висновки до розділу 2**

Результати емпіричного дослідження свідчать про наявність соціальної фрустрованості серед рекламних працівників. Аналіз результатів, отриманих за різними методиками, надає нам поглиблений уявлення про особистісні характеристики працівників рекламних агенцій. На підставі отриманих даних можна зробити наступні висновки:

**Соціальна фрустрованість:** Високий рівень соціальної фрустрованості спостерігався у значній кількості працівників рекламних агенцій. Це свідчить про незадоволеність соціальними досягненнями в основних аспектах життєдіяльності. Низький рівень соціальної фрустрованості був менш поширеним.

**Акцентуація особистості:** За результатами методики «Діагностика типів акцентуації особистості», виявлено високий рівень циклотимним типу акцентуації, що може свідчити про нахил до коливань настрою та інтенсивних емоцій. Інші типи акцентуації, такі як демонстративний, застрягаючий, педантичний, збудливості, дистимічний, тривожний, екзальтований та емотивний також виявлені у певній кількості працівників, хоча з різними рівнями вираженості.

**Локус контролю:** За методикою «Локус контролю», виявлено високий рівень екстернального типу, що свідчить про тенденцію респондентів сприймати

зовнішні фактори та обставини як визначальні для їхнього життя. Низький рівень інтернального типу був менш поширеним.

Готовність до ризику: Високий рівень готовності до ризику виявлений у невеликій кількості респондентів, що свідчить про їхню схильність приймати ризиковані рішення. Більшість працівників рекламних агенцій мають низький рівень готовності до ризику та виявляють обережність у своїх діях. Це може свідчити про їхню бажання уникати непередбачуваних ситуацій і прагнення до стабільності.

Узагальнюючи, працівники рекламних агенцій проявляють різні особистісні характеристики. Вони можуть бути схильні до емоційних коливань (циклотимія), виявляти низький рівень соціальної фрустрованості та звертати увагу на зовнішні фактори (екстернальний локус контролю). Однак, більшість працівників проявляють обережність та мають низьку готовність до ризику.

Результати дослідження свідчать, що існує певний зв'язок між соціальною фрустрованістю та різними особистісними характеристиками працівників рекламних агенцій. Наприклад, негативна кореляція між соціальною фрустрованістю та педантичністю, тривожно-боязливістю та інтернальним локусом контролю вказує на те, що працівники, які мають вищий рівень цих рис, можуть бути менш задоволені соціально-економічною сферою.

Також, є деякі слабкі зв'язки між соціальною фрустрованістю та іншими особистісними характеристиками. Наприклад, незадоволеність професійною сферою слабо корелює з педантичністю та тривожно-боязливістю, але має слабу позитивну кореляцію з гіпертимією. Це може свідчити про те, що працівники з певними рисами особистості можуть виявляти різну незадоволеність професійною сферою.

Аналіз кореляцій показує певні взаємозв'язки між соціальною фрустрованістю та акцентуаціями особистості, локусом контролю та схильністю до ризику з точки зору їх впливу на емоційну сферу людини.

## ВИСНОВКИ

Соціальна фрустрованість - це вид (форма) психічної напруги, обумовленої незадоволеністю досягненнями і становищем особистості в соціально заданих ієрархіях.

Соціальна фрустрованість може призводити до різних проблем зі здоров'ям, таких як зниження імунітету, збільшення ризику розвитку психосоматичних захворювань, емоційних розладів і депресії. Оскільки соціальний контекст є важливим аспектом нашого життя, відсутність задоволення соціальних потреб може негативно впливати на загальний рівень щастя та самопочуття.

Розуміння і управління соціальною фрустрованістю є важливим завданням для підтримки здоров'я та психологічного благополуччя. Розвиток ефективних стратегій подолання соціальної фрустрованості можуть сприяти покращенню якості життя і добробуту особистості.

Таким чином фрустрованість є системною отримання особистості. Вона включає 4 складові: фізіологічну, емоційну, когнітивну та поведінкову. Виходячи з такої моделі фрустрованості, логічно припустити, що її корекція повинна здійснюватися на 4 взаємопов'язаних та інтеграційних рівнях: фізіологічному, афективному, когнітивному, поведінковому та включати:

1) розширення функціональних та операційних можливостей, формування необхідних знань, умінь та навичок, що сприяють підвищенню результативності діяльності;

2) навчання прийомів та методів оволодіння своїм емоційним станом: хвилюванням, тривожністю тощо;

3) навчання вмінню адекватного сприйняття, аналізу та когнітивної оцінки напружених ситуацій;

4) перебудова особистості через усвідомлення глибоко психологічних причин та джерел фрустрованості.

Акцентуація характеру – це крайній варіант норми, при якому є вираженість окремих характерологічних характеристик, що викликає

вразливість до певних життєвих ситуацій. При цьому адаптація тривалий час може бути задовільною. Однак кожен тип акцентуації має так звану зону найменшого опору характеру, тобто підвищену вразливість до тих чи інших впливів довкілля. Крім цього, на появу акцентуацій можуть впливати такі обставини: відповідне соціальне оточення.

Схильність до ризику – виявляє здатність прагненням до ризику, схильністю до вибору ризикогенних ситуацій, емоційною перевагою тієї або іншої діяльності (або цінності), пов'язаної з ризиком, глибокій, стійкій потребі в ній.

Результати емпіричного дослідження свідчать про наявність соціальної фрустрованості серед рекламних працівників. Аналіз результатів, отриманих за різними методиками, надає нам поглиблений уявлення про особистісні характеристики працівників рекламних агенцій. На підставі отриманих даних можна зробити наступні висновки:

Соціальна фрустрованість: Високий рівень соціальної фрустрованості спостерігався у значної кількості працівників рекламних агенцій. Це свідчить про незадоволеність соціальними досягненнями в основних аспектах життєдіяльності. Низький рівень соціальної фрустрованості був менш поширеним.

Акцентуація особистості: За результатами методики «Діагностика типів акцентуації особистості», виявлено високий рівень циклотимним типу акцентуації, що може свідчити про нахил до коливань настрою та інтенсивних емоцій. Інші типи акцентуації, такі як демонстративний, застрягаючий, педантичний, збудливості, дистимічний, тривожний, екзальтований та емотивний також виявлені у певній кількості працівників, хоча з різними рівнями вираженості.

Локус контролю: За методикою «Локус контролю», виявлено високий рівень екстернального типу, що свідчить про тенденцію респондентів сприймати зовнішні фактори та обставини як визначальні для їхнього життя. Низький рівень інтернального типу був менш поширеним.

Готовність до ризику: Високий рівень готовності до ризику виявлений у невеликій кількості респондентів, що свідчить про їхню схильність приймати ризиковані рішення. Більшість працівників рекламних агенцій мають низький рівень готовності до ризику та виявляють обережність у своїх діях. Це може свідчити про їхню бажання уникати непередбачуваних ситуацій і прагнення до стабільності.

Узагальнюючи, працівники рекламних агенцій проявляють різні особистісні характеристики. Вони можуть бути схильні до емоційних коливань (циклотимія), виявляти низький рівень соціальної фрустрованості та звертати увагу на зовнішні фактори (екстернальний локус контролю). Однак, більшість працівників проявляють обережність та мають низьку готовність до ризику.

Аналіз кореляцій показує певні взаємозв'язки між соціальною фрустрованістю та акцентуаціями особистості, локусом контролю та схильністю до ризику з точки зору їх впливу на емоційну сферу людини. Зокрема, спостерігаються залежності від слабких до помірних між соціальною фрустрованістю та окремими аспектами працівників рекламних агенств.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Завалко Ю. М., Кутько М. Ф., Андрейко, М. Ф., Єрчкова, Н. О. Структура розладів психіки в учасників АТО (пілотне дослідження на

клінічному матеріалі стаціонарних хворих). Україна. Здоров'я нації, 2016. 4(1), 54-57.

2. Коkun О.М., Пішко І.О., Лозінська Н.С., Копаниця О.В., Малхазов О.Р. Збірник методик для діагностики психологічної готовності військовослужбовців військової служби за контрактом до діяльності у складі миротворчих підрозділів: Методичний посібник. – К.: НДЦ ГП ЗСУ, 2011. – 281 с.

3. Іщук О.В. Організаційна культура вищого навчального закладу як чинник становлення професійної ідентичності студентів : автореф. ... канд. психол. наук : 19.00.10 - організаційна психологія; економічна психологія / О.В. Іщук. - К. : Ін-т психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2013. - 20 с.

4. Калініченко Т.І. Формування та розвиток організаційної культури агропромислових підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Т.І. Калініченко; Міжнар. ун-т бізнесу та права. - Херсон, 2010. - 20 с.

5. Холодова О.О. Загальні й особливі прояви фрустрації. Психологія. Збірник наукових праць. Київ : НПУ імені М.П.Драгоманова, Випуск 20, 2003. с. 88-94

6. Психологія переживання подій: збірник наукових праць / за ред. М. В. Папучі. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2020. 190 с.

7. Карамушка Л.М. Психологічні детермінанти розвитку організаційної культури : монографія / Л.М. Карамушка, О.В. Креденцер, К.В. Терещенко [та ін.] ; за ред. Л.М. Карамушки. - К. : Педагогічна думка, 2015. - 288 с. - [Електронний ресурс]. -Режим доступу: <http://lib.iitta.gov.ua/10087/>

8. Карамушка Л.М. Рівень розвитку типів організаційної культури позашкільних навчальних закладів: зв'язок зі стилем керівництва управлінського персоналу / Л.М. Карамушка, В.А. Баранова // Організаційна психологія. Економічна психологія / за наук. ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки. - К. : Ін-т психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2016. - № 1 (4). - С. 28-37.

9. Карамушка Л. М. Тренінгова програма "Психологія соціальної напруженості в освітніх організаціях на рівні взаємодії персоналу та організації

та індивідуально-особистісному рівні": зміст, структура та основні інтерактивні техніки / Л. М. Карамушка // Організаційна психологія. Економічна психологія. - 2018. - № 2. - С. 48-61. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/opher\\_2018\\_2\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/opher_2018_2_7)

10. Карамушка Л.М., Москальов М.В. К 211 Психологічні умови підготовки майбутніх менеджерів до управління змінами в організації : Монографія. – К. : «Просвіта», 2011. – 226 с.

11. Коkun О. М., Агаєв, Н. А., Пішко, І. О., Лозінська, Н. С. Основи психологічної допомоги військовослужбовцям в умовах бойових дій: метод. посіб. Київ:2015. НДЦ ГП ЗСУ, 170 с.

12. Кот В.Г. Дослідження професійно-орієнтованих базових рис особистості працівників рекламної сфери. В сборнике: The European Scientific and Practical Congress "GLOBAL SCIENTIFIC UNITY 2014". International Scientific Association "Science & Genesis". 2014. С. 88-93.

13. Лагодзінська В.І. Взаємозв'язок розвитку креативного потенціалу освітніх організацій і типів організаційної культури / В.І. Лагодзінська // Актуальні проблеми розвитку організаційної та економічної психології в Україні: тези II Всеукраїнського конгресу з організаційної та економічної психології (Кам'янець-Подільський, 28-30 травня 2015 р.) / за наук. ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки. - К. ; Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2015. - С. 38-39.

14. Ліб А. О. Зв'язок самоствалення з копінг-стратегіями у юнацькому віці. Національний авіаційний університет. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/54131>

15. 16. Скрипченко О. В. Долинська Л. В. Огороднійчук З. В. Загальна психологія. Київ: Либідь, 2005 р. 464 с.

16. Максименко С.Д. Розвиток психіки в онтогенезі / С. Д. Максименко: в 2-х т. – Т. 1.: Теоретико-методологічні проблеми генетичної психології. – К.: Форум, 2002. – 318 с.

17. Мітічкіна О.О. Соціально-психологічні чинники формування організаційної культури студентів вищих навчальних закладів : автореф. дис. . канд. психол. наук : 19.00.05 - соціальна психологія; психологія соціальної роботи / О. О. Мітічкіна; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. - Луганськ, 2012. - 20 с.
18. Буняк Н.А. Загальна психологія: лекції. – Тернопіль: вид-во ТНТУ ім. І. Пулюя, 2017. – 300 с.
19. Слюсаревський М. Соціальна напруженість: теоретична модель необхідних і достатніх показників / М. Слюсаревський // Наукові студії із соціальної та політичної психології. - 2002. - № 5 (8). - С. 24-34.
20. Сняданко І.І. Соціально-психологічні умови формування організаційної культури промислового підприємства [Текст] : дис. канд. психол. наук : 19.00.05 / І. І. Сняданко; Ін-т психології ім. Г. С.Костюка АПН України. - К., 2007. -333 с.
21. Стаднік А. В., Мельник, Ю. Б., Прокопенко, Ю. О., Васищев, В. С. Медико-психологічна допомога та реабілітація військовослужбовців -учасників ООС. Науковий вісник Льотної академії, 2019. 5, 488-493. doi: 10.33251/ 2522-1477-2019-5-488-493.
22. Тимошко Г.М. Аналіз феномену «Організаційна культура» у педагогічній теорії і практиці / Г.М. Тимошко // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. - Чернігів : Чернігівський НПУ ім. Т.Г. Шевченка, 2012. -Вип. 96. - С. 148-153.
23. Тополов С.В. Професійна агресивність особистості : монографія С.В. Тополов. – К. : Слово, 2011. – 400 с.
24. Чернявська О.В. Становлення громадянського суспільства як чинник соціальної напруженості в Україні / О.В. Чернявська // Вісник Харківського університету. - № 456. - Серія: Актуальні проблеми сучасної науки в дослідженнях молодих вчених м. Харкова. - Харків, 2000. - Ч. 1. - С. 9-12.

25. Barker R. Frustration and regression: an experiment with young children. *Studies in topological and vector psychology* / R. Barker, T. Dembo, K. Lewin // V. II, Univ. Iowa Stud, Child Welf., 1941, 18, №1, p. 1-314.
26. Cameron, K.S. *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework* / K.S. Cameron, R.E. Quinn. - Reading, Mass.: Addison-Wesley Prentice Hall, 1999. - XVIII. - 221 p.
27. Maier N. The role of frustration in social movements. *Psychological Review*, 1942. 49, 6, 586-599.
28. Rosenzweig S. Need-persistent and ego-defensive reactions to frustration as demonstrated by an experiment on repression. *Psychological Review*, 1941. 48, 4, 347-349.
29. Vishwanath A. The psychology of the diffusion and acceptance of technology// *The Handbook of Psychology of Communication Technology* / Ed. S.S. Sundar. Malden, MA: WileyBlackwell, 2014. P. 314-331

## ДОДАТОК 1

### МЕТОДИКА ДІАГНОСТИКИ РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ

#### ФРУСТРОВАНОСТІ Л. І. Вассермана

(Модифікація В. В. Бойка)

Методика спрямована на оцінку ступеня незадоволеності/задоволеності соціальними досягненнями в різних сферах життєдіяльності. Розроблена Л.І. Вассерманом і модифікована В.В. Бойком.

Інструкція: “Прочитайте кожне запитання та вкажіть у реєстраційному бланку тільки один варіант відповіді, який найбільш точно характеризує Ваш ступінь незадоволеності/задоволеності своїми досягненнями в різних сферах життєдіяльності”.

По кожному пункту визначається показник рівня фрустрованості. Він може варіюватися від 0 до 4 балів.

Кожному варіанту відповіді присвоюються бали:

повністю задоволений – 0,

- скоріше задоволений – 1,  
важко відповісти – 2,  
скоріше незадоволений – 3,  
повністю незадоволений – 4.

Якщо методика використовується для виявлення показника групи респондентів, то необхідно:

- 1) отримати окремо добутки числа респондентів, які обрали ту чи іншу відповідь, на бал, який присвоюється відповіді;
- 2) підрахувати суму цих добутків;
- 3) розділити її на загальне число респондентів, які відповіли на даний пункт. Можна визначити підсумковий середній індекс рівня соціальної фрустрованості. Для цього треба скласти показники фрустрованості по всіх пунктах і поділити суму на число пунктів (20). В масових обстеженнях вельми показовим є відсоток осіб, які вибрали той або інший варіант відповіді на конкретний пункт.

#### Інтерпретація результатів

Висновки про рівень соціальної фрустрованості робляться з урахуванням величини бала (середнього бала) за кожним пунктом. Чим більше бал, тим вище рівень соціальної фрустрованості.

- 3,5-4 бали – дуже високий рівень фрустрованості;  
3,0-3,4 бали – підвищений рівень фрустрованості;  
2,5-2,9 бали – помірний рівень фрустрованості;  
2,0-2,4 бали – невизначений рівень фрустрованості;  
1,5-1,9 бали – понижений рівень фрустрованості;  
0,6-1,4 бали – дуже низький рівень;  
0-0,5 – відсутність (майже відсутність) фрустрованості.

#### Тестовий матеріал

<b>Чи задоволені ви:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Своєю освітою				
Взаємини з колегами				
Взаємини з адміністрацією				

Задоволеність соціальними досягненнями				
Взаємини із суб'єктами професійної діяльності				
Змістом своєї діяльності загалом				
Умовами професійної діяльності				
Своїм становищем у суспільстві				
Матеріальним становищем				
Житлово-побутові умови				
Стосунки з дружиною				
Відносини з дітьми (у сім'ї)				
Стосунки з батьками				
Обстановкою у суспільстві (державі)				
Стосунки з друзями				
Сферою послуг та побутового обслуговування				
Сферою медичного обслуговування				
Проведенням дозвілля				
Можливістю проводити відпочинок				
Можливість вибору місця роботи				

### Обробка даних

За кожним пунктом визначається показник рівня фрустрованості. Він може змінюватись від 0 до 4 балів. Кожному варіанту відповіді надаються бали: повністю задоволений - 0, швидше задоволений - 1, важко відповісти - 2, швидше задоволений - 3, незадоволений повністю - 4.

Якщо методика використовується виявлення показника в групі респондентів, треба:

- 1) отримати окремо твір числа респондентів, які вибрали ту чи іншу відповідь, на бал, наданий відповіді;
  - 2) підрахувати суму цих творів;
  - 3) розділити її на загальну кількість тих, хто відповів на даний пункт.
- Можна визначити підсумковий середній індекс рівня соціальної фрустрованості. Для цього треба скласти показники фрустрованості по всіх пунктах та розділити суму на число пунктів (20).

У масових обстеженнях дуже показовим є відсоток осіб, які вибрали той чи інший варіант відповіді на конкретний пункт.

### Інтерпретація результатів

Висновки про рівень соціальної фрустрованості робляться з урахуванням величини бала (середнього бала) за кожним пунктом. Чим більший бал, тим вищий рівень соціальної фрустрованості:

3,5-4 бали: дуже високий рівень фрустрованості;

3,0-3,4: підвищений рівень фрустрованості;

2,5-2,9: помірний рівень фрустрованості;

2,0-2,4; невизначений рівень фрустрованості;

1,5 - 1,9: знижений рівень фрустрованості;

0,5-1,4 дуже низький рівень;

0-0,5: відсутність (майже відсутність) фрустрованості.

## ДОДАТОК 2

### МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ АКЦЕНТУАЦІЇ ХАРАКТЕРУ (Х.

#### Шмішек)

Призначений для діагностування типу акцентуації особистості.

Інструкція: “Вам пропонується відповісти на 88 запитань, які стосуються різних сторін Вашої особистості. Якщо Ви згодні із ствердженням, поставте в реєстраційному бланку поруч з номером запитання знак “+” (“так”), якщо ні – знак “-”. Довго над питаннями не розмірковуюйте, правильних і неправильних відповідей немає”.

#### Обробка результатів

Для їх обробки потрібно виготовити трафарети згідно з “ключами”, які накладаються на реєстраційний бланк, заповнений респондентом. Потім здійснюється підрахунок відповідей. Згідно з “ключами” та помножених згідно з ними на 2, 3 або 6. За умови збігу відповіді на питання з “ключем” такої відповіді нараховується 1 бал, при неспівпаданні з “ключем” бали не нараховуються. Максимальна сума балів після помноження – 24. За деякими джерелами, ознаками акцентуації вважається величина більша за 12 балів. Інші

вважають, що сума балів у межах від 15 до 19 свідчить лише про тенденцію до того чи іншого типу акцентуації. І лише у випадку перевищення 19 балів риса є акцентуваною.

#### Тестові завдання

1. Ви зазвичай спокійний, веселий?
2. Чи легко Ви ображаєтеся, засмучуєтеся?
3. Чи легко Ви можете розплакатися?
4. Чи багато разів Ви перевіряли наявність можливих помилок у Вашій роботі?
5. Чи були Ви в дитинстві таким самим відважним, як і Ваші ровесники?
6. Чи легко Ви переходите від радості до смутку і навпаки?
7. Чи любите Ви головувати у грі?
8. Чи бувають дні, коли Ви безпричинно на все злитеся?
9. Чи серйозна Ви людина?
10. Чи завжди Ви прагнете ретельно виконувати завдання викладачів?
11. Чи підприємливий Ви?
12. Чи скоро Ви забуваєте, якщо когось образили?
13. Чи вважаєте Ви себе м'якосердечним, чи вмієте співчувати?
14. Кинувши листа до поштової скриньки, перевіряєте Ви рукою, чи не затримався він у прорізі?
15. Чи прагнете Ви бути найкращим у навчанні, в гуртку, у спортивній секції?
16. Коли Ви були маленьким, чи боялися грози, собак?
17. Чи вважають Вас занадто старанним і акуратним?
18. Чи залежить Ваш настрій від домашніх і навчальних справ?
19. Чи можна сказати, що більшість Ваших знайомих Вас люблять?
20. Чи буває у Вас неспокійно на душі?
21. Вам зазвичай трошки сумно?
22. Чи доводилося Вам, переживаючи горе, ридати?

23. Вам важко затримуватися на одному місці?
24. Чи боретеся Ви за свої права, коли з Вами чинять несправедливо?
25. Чи доводилося Вам коли-небудь стріляти з рогатки в котів?
26. Чи дратує Вас, коли фіранка або скатертина висить (лежить) нерівно?
27. Коли Ви були маленьким, чи боялися залишитися один вдома?
28. Чи буває так, що Вам весело або сумно без причин?
29. Ви - один із найкращих студентів у групі?
30. Чи часто Ви веселитеся?
31. Чи легко Ви можете розізлитися?
32. Чи відчуваєте Ви себе деколи дуже щасливим?
33. Чи вмієте Ви розвеселяти друзів?
34. Чи можете Ви просто сказати комусь усе, що про нього думаєте?
35. Чи боїтеся Ви вигляду крові?
36. Чи охоче Ви виконуєте громадські доручення?
37. Чи заступаєтеся Ви за тих, із ким вчинили несправедливо?
38. Вам моторошно увійти в порожню темну кімнату?
39. Вам більше до душі повільна і точна робота, ніж швидка і не така точна?
40. Чи легко Ви знайомитеся з людьми?
41. Чи охоче Ви виступаєте на урочистих зібраннях, вечірках?
42. Ви коли-небудь утікали з дому?
43. Ви коли-небудь засмучувався через суперечку з однокурсниками, викладачами настільки, що йти потім до університету не хотілося?
44. Чи здається Вам життя складним?
45. Чи можете Ви навіть у разі невдачі кепкувати з себе?
46. Чи прагнете Ви помиритися, якщо суперечка сталася не з Вашої вини?
47. Чи любите Ви тварин?

48. Ідучи з дому, чи доводилося Вам повертатися, щоб перевірити, чи не сталося чогось?
49. Чи здається Вам часом, що з Вами або Вашими рідними має статися щось лихе?
50. Чи залежить Ваш настрій від погоди?
51. Чи важко Вам відповідати на заняттях, навіть коли Ви знаєте відповідь?
52. Чи можете Ви, якщо Вас образять, почати битися?
53. Чи подобається Вам бути в компанії?
54. Якщо Вам не таланить, чи можете Ви впасти у розпач?
55. Чи можете Ви організувати гру, роботу?
56. Чи вперто Ви прагнете до мети, навіть якщо на шляху трапляються перешкоди?
57. Чи плакали Ви коли-небудь під час перегляду кінофільму, читання сумної книги?
58. Чи буває Вам важко заснути через якісь проблеми?
59. Чи підказуєте Ви, чи даєте списати?
60. Чи побоялися б Ви пройти ввечері сам через кладовище?
61. Чи слідкуєте Ви за тим, щоб кожна річ лежала на своєму місці?
62. Чи буває так, що Ви лягаєте спати з одним настроєм, а прокидаєтесь з іншим?
63. Чи легко Ви звикаєте до нових ситуацій?
64. Чи турбує Вас головний біль?
65. Чи часто Ви смієтеся?
66. Якщо Ви не поважаєте людину, то чи можете поводитися з нею так, щоб вона цього не помітила?
67. Чи можете Ви зробити багато різних справ за один день?
68. Чи часто до вас ставляться несправедливо?
69. Чи любите Ви природу?

70. Виходячи з дому або лягаючи спати, перевіряєте, чи зачинені двері, чи вимкнене світло?
71. На Вашу думку, Ви боягуз?
72. Чи змінюється Ваш настрій за святковим столом?
73. Чи берете Ви участь у драматичному гуртку, чи любите читати вірші зі сцени?
74. Чи буває в Вас без особливої причини похмурий настрій, коли ні з ким немає бажання розмовляти?
75. Чи трапляється, що Ви думаєте про майбутнє зі смутком?
76. Чи бувають у Вас несподівані переходи від радості до печалі?
77. Чи вмієте Ви розважати гостей?
78. Чи довго Ви ображаєтеся?
79. Чи сильно Ви переживаєте, якщо горе сталося у Ваших друзів?
80. Чи часто Ви, коли були школярем, через помилку, виправлення переписували на аркуші в зошиті?
81. Чи вважаєш Ви себе недовірливим?
82. Чи часто Вам сняться сні жахів?
83. Чи виникало в Вас бажання вистрибнути у вікно або кинутися під машину?
84. Чи стає Вам веселіше, якщо всі довкола веселяться?
85. Якщо в Вас неприємності, то чи можете Ви тимчасово забути про них, не думати про них постійно?
86. Чи здійснюєте Ви під впливом алкоголю раптові, імпульсивні вчинки?
87. Зазвичай Ви небагатослівний, мовчазний?
88. Чи могли б Ви, беручи участь у театральному видовищі, настільки увійти в роль, що забули би, хто Ви є насправді?

#### Аналіз результатів

Із використанням ключів (див. табл. 11) підраховується сума «сирих» балів за кожною шкалою (знак «-» перед ключем означає негативну відповідь). Збіг

«+», а в деяких випадках «-» відповідей на певній шкалі з ключем оцінюється 1 балом. Добуток «сирого» балу (суми «збігів» відповідей з ключем) на коефіцієнт дає показник типу акцентуації.

Максимальний показник кожного типу акцентуації дорівнює 24 балам. Ознакою акцентуації, тобто високої вираженості даної властивості, вважається показник, що перевищує 12 балів. Якщо жодна властивість не виходить за межі 12 балів, то можна підрахувати середній показник за всіма 10 шкалами та звернути увагу на ті якості, значення яких перевищує цей середній показник. Поєднання акцентуєваних рис вимагає також спеціального аналізу на основі теорії К.Леонгарда.

### Ключ

№ шкали	Тип акцентуації	Номер запитань кожної шкали	Коефіцієнт	«Сирі» бали (число збіжних із ключем відповідей)	Показник акцентуації (добуток «сирих» балів на коефіцієнт)
1.	Гіпертимний	(+) «Так»: 1, 11, 23, 33, 45, 55, 67, 77. (-) «Ні»: немає	3		
2.	Тривожний	(+) «Так»: 16, 27, 38, 49, 60, 71, 82. (-) «Ні»: 5	3		
3.	Дистимічний	(+) «Так»: 21, 43, 44, 75, 87. (-) «Ні»: 30, 53, 65.	3		
4.	Педантичний	(+) «Так»: 4, 14, 17, 26, 39, 48, 58, 61, 70, 80, 83. (-) «Ні»: 36.	2		
5.	Збудливий, неврівноважений	(+) «Так»: 8, 20, 31, 42, 52, 64, 74, 86. (-) «Ні»: немає.	3		
6.	Емотивний	(+) «Так»: 3, 13, 35, 47, 57, 69, 79. (-) «Ні»: 25.	3		
7.	Застряглий, ригідний	(+) «Так»: 2, 10, 24, 34, 37, 56, 68, 78, 81. (-) «Ні»: 12, 46, 59.	2		

8.	Демонстративний	(+) «Так»: 7, 15, 19, 29, 41, 63, 66, 73, 85, 88. (-) «Ні»: 9, 51.	2		
9.	Циклотимічний	(+) «Так»: 6, 18, 28, 40, 50, 62, 72, 84. (-) «Ні»: немає.	3		
10.	Екзальтований	(+) «Так»: 22, 32, 54, 76. (-) «Ні»: немає.	6		

### ДОДАТОК 3

#### Методика Дж. Роттера «Локус контролю»

Методика дозволяє порівняно швидко й ефективно оцінити сформований у респондента рівень суб'єктивного контролю над різними життєвими ситуаціями. Методика містить 7 шкал у вигляді переліку з 44 тверджень. Респондент послідовно читає твердження та висловлює своє ставлення до кожного пункту, використовуючи семибальну шкалу оцінок від -3 («повністю не згоден») до +3 («повністю згоден»). Бали заносяться респондентом у реєстраційний бланк. Тестування може проводитися як індивідуально, так і в групі. В останньому випадку необхідно вжити заходів, що виключають вплив на відповіді інших учасників. Інструкція: «Вам буде запропоновано 44 твердження. Уважно прочитайте кожне з них і зробіть позначку в реєстраційному бланку, в клітинці, з відповідним номером твердження. Виберіть варіант відповіді, який Вам найбільш підходить:

- 3 – не згоден повністю;
- 2 – не згоден частково;
- 1 – скоріше не згоден, ніж згоден;
- 0 – важко відповісти;
- +1 – скоріше згоден, ніж не згоден;
- +2 – згоден частково;
- +3 – згоден повністю.

Відповідайте швидко, довго не замислюйтесь».

Інтерпретація результатів Проаналізуйте кількісно та якісно отримані показники РСК за 7 шкалами, порівнюючи результати (отриманий “профіль”) з нормою. Відхилення праворуч ( $> 5,5$  стенів) свідчить про інтернальний тип контролю (РСК) у відповідних ситуаціях. Відхилення ліворуч від норми ( $< 5,5$  стенів) свідчить про екстернальний тип РСК.

Шкала загальної інтернальності (Ізаг.).

Високий показник за цією шкалою відповідає інтернальності в різноманітних життєвих ситуаціях, тобто шкала Ізаг. – транситуативна для респондентів із високим рівнем суб’єктивного контролю; такі люди вважають, що більшість важливих подій у їх житті були результатом їх власних дій. Вони вважають себе відповідальними за те, що відбувається з ними, встановлюють зв’язок між власними якостями та проявленими зусиллями з результатами діяльності. Респонденти з низьким показником Ізаг. схильні приписувати відповідальність за те, що відбувається з ними, зовнішнім силам. Такі респонденти вважають, що результати діяльності та значущі події в їх житті слабо залежать від їх власної активності.

Шкала інтернальності в галузі досягнень (Ід). Високий рівень Ід відповідає схильності респондента вважати досягнуті успіхи результатом власних якостей і проявленої активності. Такі люди впевнені в здатності досягати успіху на шляху до мети. Низький рівень Ід свідчить про відмову вважати досягнення наслідком власних дій. Такі респонденти пояснюють позитивні події результатом везіння чи допомоги інших людей.

Шкала інтернальності в галузі невдач (Ін). Високий показник Ін виявляє внутрішній контроль над негативними подіями. Респонденти з високим рівнем Ін звинувачують себе в неприємних подіях власного життя. Низький показник шкали свідчить про те, що респондент схильний приписувати відповідальність за такі події іншим людям чи вважати їх результатом невезіння.

Шкала інтернальності у сфері сімейних відносин (Іс). Шкала містить пункти, пов’язані з подіями сімейного життя. Високий показник Іс говорить про почуття відповідальності респондента за значущі події, що відбуваються в сім’ї.

При низькому значенні Іс респондент переносить відповідальність за те, що відбувається, на інших членів сім'ї.

Шкала інтернальності в галузі виробничих відносин (Ів). Високий показник Ів свідчить про те, що людина вважає свої дії важливим фактором в організації власної виробничої діяльності, у відносинах, які складаються в колективі, у своєму просуванні і т. д. Низький показник Ів вказує на те, що респондент схильний приписувати більш важливе значення зовнішнім обставинам – керівництву, товаришам по роботі, везінню-невдачі.

Шкала інтернальності в галузі міжособистісних відносин (Ім). Високий показник Ім свідчить про те, що людина вважає себе в силах контролювати свої неформальні відносини з іншими людьми, викликати до себе повагу та симпатію і т. д. Низький Ім, навпаки, вказує на те, що він не вважає себе здатним активно формувати своє коло спілкування й схильний вважати свої відносини результатом дії своїх партнерів.

Шкала інтернальності у сфері здоров'я та хвороби (Ізд.). Високий показник за цією шкалою говорить про те, що респондент вважає себе відповідальним за стан свого здоров'я. Люди з низьким рівнем Ізд. вважають стан здоров'я і хворобу результатом випадку, долі. Вони схильні вірити, що одужання відбудеться або спонтанно, або в результаті дій лікарів.

## ДОДАТОК 4

### ДІАГНОСТИКА РІВНЯ ОСОБИСТОЇ ГОТОВНОСТІ ДО РИЗИКУ («PSK» ШУБЕРТА)

Методика дозволяє виміряти тенденцію людини до ризику в умовах фізичної небезпеки. Інструкція: “Оцініть ступінь своєї готовності виконати дії, про які Вас запитують. При відповіді на кожне з 25 питань поставте відповідний бал за такою схемою:

2 бали – повністю згоден, “Так”;

1 бал – скоріше “Так”, ніж “Ні”;

0 балів – ні “Так”, ні “Ні”, щось середнє, “важко сказати”;

-1 бал – скоріше “Ні”, ніж “Так”;

-2 бали – повністю не згоден, “Ні”.

Інтерпретація результатів

Менше -30 балів – занадто обережні;

від -10 до +10 балів – середні значення;

понад 20 балів – схильні до ризику.

Висока готовність до ризику супроводжується низькою мотивацією до уникнення невдач (захистом). Готовність до ризику достовірно пов’язана прямо пропорційно з числом допущених помилок.

Аналіз результатів досліджень дозволяє виділити певні закономірності:

- з віком готовність до ризику знижується;
- у більш досвідчених працівників готовність до ризику нижче, ніж у недосвідчених;
- у жінок готовність до ризику реалізується за більш визначених умов, ніж у чоловіків;
- у військових командирів і керівників підприємств готовність до ризику вище, ніж у студентів;
- у людини, від якої всі відцуралися, зі зростанням її “відкинутості”, в ситуації внутрішнього конфлікту зростає готовність до ризику;
- в умовах групи готовність до ризику проявляється сильніше, ніж тоді коли люди діють поодиноці, і залежить від групових очікувань.

### Опитувальник

	Повністю згоден	Більше так, ніж ні	Ні так, ні ні.	Більше ні, ніж так	Повністю Не згоден
1. Чи перевищили б ви встановлену швидкість, щоб швидше надати необхідну медичну допомогу тяжкохворій людині?					

2. Чи погодилися б ви заради гарного заробітку брати участь у небезпечній та тривалій експедиції?					
3. Чи стали б ви на шляху втікаючого небезпечного зломщика?					
4. Чи могли б їхати на під ніжці товарного вагона за швидкості понад 100 км/год?					
5. Чи можете ви наступного дня після безсонної ночі нормально працювати?					
6. Чи стали б ви першим переходити дуже холодну річку?					
7. Чи позичили б ви другу велику суму грошей, будучи не зовсім впевненим, що він зможе вам повернути ці гроші?					
8. Увійшли б ви разом з приборкувачем у клітку з левами під час його запевнення, що це безпечно?					
9. Чи могли б ви під керівництвом ззовні залізти на високу фабричну трубу?					
10. Чи могли б ви без тренування керувати вітрильним човном?					
11. Чи ризикнули б ви схопити за вуздечку коня, що біжить?					
12. Чи могли б ви після 10 склянок пива їхати велосипедом?					
13. Чи могли б ви зробити стрибок з парашутом?					
14. Чи могли б ви при необхідності проїхати без квитка від Пскова до Москви?					
15. Чи могли б ви зробити автотурне, якби за кермом сидів ваш знайомий, який зовсім недавно був у важкій дорожній пригоді?					
16. Чи могли б ви з 10-метрової висоти стрибнути на тент пожежної команди?					

17. Чи могли б ви, щоб позбутися затяжної хвороби з постільним режимом, піти на небезпечну для життя операцію?					
18. Чи могли б ви зістрибнути з підніжки товарного вагона, що рухається зі швидкістю 50 км/год?					
19. Чи могли б ви як виняток разом із сімома іншими людьми піднятися в ліфті, розрахованому лише на 6 осіб?					
20. Чи могли б ви за велику грошову винагороду перейти із зав'язаними очима жваве вуличне перехрестя?					
21. Чи взялися б ви за небезпечну для життя роботу, якби за неї добре платили?					
22. Чи могли б ви після 10 чарок горілки обчислювати відсотки?					
23. Чи могли б ви за вказівкою вашого начальника взятися за високовольтний провід, якби він запевнив вас, що провід знеструмлений?					
24. Чи могли б ви після деяких попередніх пояснень керувати вертольотом?					
25. Чи могли б ви, маючи квитки, але без грошей і продуктів, доїхати з Москви до Хабаровська?					

## ДОДАТОК 1

### Первинні дані вимірювання рівня соціальної фрустрованості респондентів за методикою Вассермана Бойко

Працівник	Незадоволеність соціально-економічною сферою життєдіяльності	Незадоволеність професійною сферою життєдіяльності	Незадоволеність сферою міжособистісних стосунків
1	22	15	20
2	27	14	16
3	27	18	17

4	28	12	17
5	22	13	18
6	26	15	20
7	23	13	18
8	26	15	20
9	28	14	17
10	28	12	17
11	27	16	16
12	27	13	20
13	29	16	18
14	29	16	16
15	31	15	19
16	27	16	20
17	27	19	19
18	27	14	18
19	29	15	20
20	27	17	16
21	29	16	18
22	28	15	20
23	26	18	20
24	27	13	21
25	28	17	19
26	30	16	18
27	32	18	18
28	26	17	20
29	30	16	17
30	28	15	21
31	28	18	19
32	30	17	18
33	29	16	19
34	30	17	20
35	29	16	20
36	30	18	18
37	30	19	19
38	30	15	19
39	29	17	21
40	30	18	19
	27,9	15,75	18,65

## ДОДАТОК 2

**Первинні дані вимірювання акцентуацій характеру респондентів за методикою К.Леонгарда-Г.Шмішека**

Праці івник	демонстр ативний	застря ючий	педантич ний	збудл ивий	гиперт имны й	дистим ический	триво жно- боязл ивий	афективн о- екзальтов аний	емоци вний	цикло тимн ий
1	12	18	16	24	18	9	15	12	18	24
2	14	16	16	15	18	12	18	24	15	21
3	18	18	14	15	15	9	15	24	18	21
4	16	14	14	15	18	12	18	24	15	18
5	20	14	14	9	15	15	18	18	21	15
6	18	16	16	15	15	12	12	24	18	21
7	14	16	14	18	18	9	15	18	18	21
8	16	16	12	12	15	12	12	24	18	21
9	18	18	12	18	21	12	21	18	24	18
10	12	18	16	12	18	9	18	18	18	18
11	14	12	12	15	18	12	24	12	18	15
12	16	12	10	15	21	12	24	12	18	12
13	18	18	12	12	24	9	21	12	15	12
14	14	14	14	12	21	9	24	12	6	15
15	18	14	10	12	18	6	15	18	9	15
16	14	16	10	18	9	6	15	12	15	12
17	16	18	16	15	18	9	15	12	18	15
18	20	16	14	18	15	6	15	12	9	24
19	16	16	18	21	12	9	15	18	18	24
20	16	14	18	18	12	6	15	18	12	18
21	14	14	12	18	21	12	18	24	18	18
22	14	18	16	18	18	6	12	12	18	21
23	18	16	16	18	15	15	12	12	15	18
24	20	20	10	15	18	12	12	6	15	21
25	12	20	10	12	18	9	18	0	12	21
26	18	20	12	12	15	12	15	0	15	18
27	14	20	16	12	12	6	12	12	18	15
28	12	18	18	15	9	6	15	24	15	21
29	18	18	16	18	9	9	27	18	15	18
30	12	18	14	15	18	6	24	24	12	18
31	16	18	18	12	21	12	24	18	12	21
32	8	18	16	12	18	6	21	18	12	15
33	14	18	14	15	21	9	24	24	15	21

34	14	18	14	21	21	9	18	18	15	18
35	12	20	14	15	21	9	21	12	15	15
36	14	28	12	15	15	9	21	12	21	9
37	18	24	14	15	12	9	9	12	12	15
38	12	22	14	18	12	6	12	12	18	15
39	16	22	14	18	12	9	9	12	27	15
40	14	22	20	12	9	9	12	12	12	12
	15,25	17,65	14,2	15,375	16,35	9,375	17,025	15,6	15,825	17,625

### ДОДАТОК 3

#### Первинні дані вимірювання локус-контролю респондентів за методикою Дж. Роттера

Працівник	Інтернальний тип	Екстернальний тип
1	15	15
2	18	8
3	16	11
4	18	13
5	10	15
6	16	18
7	14	13
8	15	14
9	18	10
10	14	15
11	13	17
12	12	14
13	16	15
14	15	18
15	13	19
16	16	17
17	13	15
18	16	14
19	14	16
20	14	17

21	8	16
22	13	15
23	13	18
24	12	20
25	17	15
26	14	15
27	19	15
28	14	19
29	16	15
30	17	14
31	14	14
32	13	16
33	14	15
34	13	14
35	12	14
36	13	12
37	13	16
38	12	12
39	12	13
40	14	12
	14,225	14,85

#### ДОДАТОК 4

#### Первинні дані вимірювання рівня особистісної готовності до ризику респондентів за методикою Шуберта

Працівник	Ступінь готовності до ризику
1	-22
2	-14

3	-14
4	-24
5	-22
6	-19
7	-21
8	-16
9	-9
10	-22
11	-16
12	-20
13	-21
14	-30
15	-26
16	-35
17	-28
18	-22
19	-14
20	-9
21	-14
22	-12
23	-10
24	-20
25	-12
26	-9
27	-14
28	-20
29	-19
30	-19
31	-13
32	-7
33	-14
34	-10
35	-21
36	-12
37	-17
38	-25

39	-19
40	-12

## Короткий звіт подібності



Ім'я користувача:  
Педагогіки та психології Кучерява Катерина

ID перевірки:  
1015466468

Дата перевірки:  
06.06.2023 17:17:27 EEST

Тип перевірки:  
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:  
06.06.2023 17:18:01 EEST

ID користувача:  
100005735

Назва документа: Чайковська Юлія Костянтинівна\_Характерологічні чинники соціальної фрустрованості пр...

Кількість сторінок: 40 Кількість слів: 7680 Кількість символів: 60595 Розмір файлу: 94.17 KB ID файлу: 1015125209

### 23.6% Схожість

Найбільша схожість: 15% з Інтернет-джерелом (<https://lib.iitta.gov.ua/11049/1/%D0%94%D1%96%D0%B0%D0%B3%D0%B>)

22.4% Джерела з Інтернету 225 ..... Сторінка 42

12.6% Джерела з Бібліотеки 322 ..... Сторінка 43

### 0% Цитат

Вилучення цитат вимкнено

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнено

### 0% Вилучень

Немає вилучених джерел

### Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи 3